
08:30 – 09:00 REGISTRERING

09:00 Programledare: Susanna Popova**Välkommen bort Petter Stordalen!**

1996 fick han sparken från sitt jobb och satsade alla sina pengar i ett enda hotell. Idag är Nordic Choice Hotels en kedja med 170 hotell och en del av Petter Stordalens Home Invest – Nordens ledande riskkapitalbolag. Hur gick det till? Träffa mannen som kan mer om människor än hotell och som gjort magiska mötesplatser av något "nödvändigt ont".

Hisspitchen.
2 x 20 sek råsälj.Ted Johansson, *Clear Channel*
Tanu Tandan, *Kvällspressen Impact*Kommentator:
Annika R Malmberg, *framgångsexpert***Special price for you, my friend.**

Den digitala tidsåldern må vara här, men i grunden handlar affärer likväl om att sälja. Vad är det som gör att vissa lyckas och andra inte? Och är det knacka dörr fortfarande världens bästa säljskola? Möt hardcore-säljarna som vet hur ett kreditkort ska dras.

Niklas Fehrm, *3*
Mattias Håkansson, *Elgiganten*
Annika R Malmberg, *framgångsexpert* **Stockholm
MediaAward**

Prisutdelning : Årets Säljorganisation

ca 10:30 – 11:00 PAUS

"Jag har en själ."**– Om kundnöjdhet som affärsstrategi.**

Allt fler företag gör kunderna till kungar och ambassadörer i varumärkesriket. Är kundnöjdhet en ny effektiv affärsstrategi? Och hur funkar intygsreklam anno 2011?

Birgitta Andrén Åkerblom, *BLAC Consulting*
Jessica Bjurström, *Sveriges Kommunikationsförbund*
Jessica Löwenhielm, *If*
Essi Toutouchi, *Kaiser Bil | Lexus***Till salu: kulturens finrum.**

Ikea möblerar Liljevalchs, Louvren välkomnar McDonald's och prestigefylla Musée d'Orsay pryds av en gigantisk hyllningsvepa för Chanel No 5, 90 år. Vulgärt? Roligt? Nödvändigt? Bra? I media hörs både ris och ros kring att kulturen blivit en ny mediekanal. Ger det effekt? Och i så fall - finns det en eller två vinnare?

Per Broman, *Fotografiska museet*
Mårten Castenfors, *Liljevalchs*
Sven Hagströmer, *entreprenör*
Lotta Nilsson, *Palatset*
Annika Rehn, *Lowé Brindfors***Har du hört den förut?****Berättelsen som bär dig genom mediebruset.**

Väck dina medarbetare mitt i natten och de ska kunna dra ditt varumärkes story. Storytelling är begreppet som mantrats länge och en bra berättelse är guld värd. Men stämmer det att de starkaste varumärkena alltid är de vars historia berättas av konsumenterna? Och vad gör man om man inte har nåt att säga?

Anders Arnborger, *Cirque Deluxe*
Dilsa Demirag Sten, *Berättarministeriet*
Lars Bjurman, *B-Reel***Augmented Reality. När vägen är mödan värd.**

Håll frukostflingorna framför datorns webbkamera och förpackningen förvandlas till en spelkonsol. Rikta mobilen mot husfasaden och du får adressen till närmaste pizzeria och en rabattkupong till stället. Förstärkt verklighet används allt oftare i reklamsammanhang och resultatet blir en oändlighet av tappade hakor och nya möjligheter.

Hur effektivt är det? Är det så enkelt att allt som är nytt och drar till webben, är intressant?

Jonas Dahlquist, *Eniro*
Lorentz Lyttkens, *Predikta*
Johan Ståhle, *Monterosa*

ca 12:30 – 13:30 LUNCH

Huvudsponsorer

 **Clear Channel** **Dagens
industri** **KVÄLLSPRESSEN
IMPACT**

Sponsorer

 **eniro**

Mediepartner

**Resumé**

Tryckpartner

Trosa Tryckeri

Evenemangs- & Teknikpartner

minnesota **Mediatec**

Eftermiddagen

Torsdag den 12 maj

13:30 Programledare: Claes de Faire

Uppförbacke – hurra! Möt Peje Emilsson, Magnora.

Han har stoppat löntagarfonderna, MAN:s bud på Scania och fått igenom Skandias försäljning till Old Mutual. Han har fingrarna i fler politiska syltburkar än en ordinär riksdagsledamot och engagerar sig i både friskolor, äldre-vård och kultur. Möt pr-geniet som inte drar sig för att reformera och som älskar att jobba i uppförbacke.

Varumärken mitt i språnget.

Den som rastar rostar. Det gäller även varumärken. Så vad gör man när kartan inte stämmer med verkligheten längre? När varumärket hamnat i motvind, inte minst pga yttre faktorer? Möt vd:arna som lagt om kursen och hör årets expertpanel kommentera åtgärdsplanerna.

Magnus Hermansson, *Sandys*
Erik Olsson, *Erik Olsson Fastighetsförmedling*
Bo Wänghammar, *Lensway*

Kommentatorspanel:
Lisa Lindström, *Doberman*
Stefan Nerpin, *Vengine*
Ulf Sandberg, *US Strategi AB*



Prisutdelning: Årets Kampanj

Arvtagarna.

Familjeägda företag i flera generationer har en särskild lyskraft. Men vad väger tyngst - styrkan och trovärdigheten i en lång historik eller det faktum att makt kan ärvas, men inte självklart känslan för företagande? Vart är familjeklassikerna på väg? Och finns det någon sanning i det gamla talesättet "förvärva, ärva, fördärva"?

Fabian Bengtsson, *SIBA*
Karin Bodin, *Polarbröd*
Kathrine Löfberg, *Löfbergs Lila*

ca 15:00 – 15:30 PAUS

Tarotkort och stjärntyndning?

Har dagens mätvalutor tappat relevans?

Att det ska mätas, verkar alla överens om. Men när det kommer till vad och hur går meningarna isär. Hur drabbar bråket om mätmetoder annonsörerna? Och är dagens exponeringsfokuserade valutor gammelvaluta när vi egentligen bara vill åt ROI och lönsamhetstillväxt på sista raden?

Pontus Bergdahl, *MMS*
Peter Callius, *TNS SIFO*
Jan Helin, *Aftonbladet*
Thomas Mattsson, *Expressen*
Simone Skoog, *Criteo*
Carl Wäreus, *OMD*

Behaviorial Targeting & Online Video Advertising Trends.

Möt Marcus Liassides, Specific Media.

Behaviorial targeting och videoannonsering – två växande områden online och exempel på nya vägar för att nå in och nå fram till kundernas hjärtan. I realtid och i en engagerande miljö. Med videoannonsering online kan du agera både säljare, informator och underhållare i en och samma självuppsökta kanal. Och allt fler föredrar relevanta precisionsinformation framför bredspektrig reklambombing. Men hur ser trenderna ut? Möt Marcus Liassides, International Managing Director, Specific Media.



Prisutdelning: Årets Mediebyrå

Second thoughts.

Tre saker jag skulle gjort annorlunda.

Charlotta Flinkenberg, *CHIC*
Jesper Kärrbrink
Petter Nylander, *Universum*

ca 17:00 TACK FÖR I ÅR!

Nu trappar vi upp medieminglet med årets fest!

– StockholmMediaWeek by Night –

Vi ses kl 19:00 Le Bon Palais,
Barnhusgatan 12.



Huvudsponsorer



Sponsorer



Mediepartner



Tryckpartner



Evenemangs- & Teknikpartner

