



Mediaforums Høstkonferanse 19. - 21.oktober 2006

Program

Torsdag 19. oktober

- | | |
|----------------------|---|
| Fra kl. 14.15 | Oppmøte på Oslo S |
| 14:50 | Togavgang fra Oslo S (toget går presis!)
Påmelding til toget blir sendt deltakerne 14 dager før |
| 17:00 | Ankomst Lillehammer stasjon, busstransport til hotellet |
| 17:30 | Innsjekk/sette bagasje på rommet |
| 19:30 | "Oktoberfest".
Middag og underholdning i Weidermann salen.
Innslag i ekte oktoberfest tradisjon.
Antrekk; uformelt |
| 23:00 | Pianobaren i 1.etg åpner |
| 02:00 | Baren stenger |

Fredag 20. oktober

- 08.45 – 09.15 Åpning av konferansen
- 09.15 – 10.00 ”Relasjon gjennom innsikt”
Rolf Olsen
President Europe, Weber Shandwick Inc.
- 10.00 – 10.45 ”Hvordan posisjonerer du deg selv?”
Helge Frisch
Orion Search International
- 10.45 – 11.15 Pause
- 11.15 – 12.00 ”Hvordan få andre til å tro på det du tror på selv?”
Peter Mattson
Ambio Resultatoptimering, Sverige
- 12.00 - 13.00 ”Mediestrategisprisen 2006”
Presentasjoner av case på Short-list
- 13.00 – 14.00 Lunsj
- 14.00 – 15.00 “Det store fagforedraget- Hva er en annonse verdt?”
Linda Dupree
Executive Vice President, New Products Development,
Portable People Meter, Arbitron Inc.
- 15.00 – 15.45 ”Hvorfor vokser nettet, mens andre kanaler blør?”
Børge Sandengen
Daglig leder i INMA – Interesseorganisasjonen for Interaktiv
Markedsføring
- 15.45 – 16.00 Pause
- 16.00 – 17.15 “ Walkabout - Langs veien med Nils & Ronny
Nils Henrik Wærstad og Ronny Kristoffersen
Programledere i reise-dokumentaren som er vist på NRK

19:30	Aperitiff
20:00	Festmiddag m/utdeling av priser og underholdning Antrekk; mørk dress
24:00	Pianobaren i 1. etg. Åpner
01:00	Nattmat
03:00	Baren stenger

Lørdag 21. oktober

09.45 - 10.00	"Skråblikk på Mediebransjen" Are Kalvø <i>Journalist og komiker</i>
10.00 – 10.30	"Økonomiske utsikter og konsekvenser for mediemarkedet" Trygve Hegnar Ansvarlig redaktør i Kapital og Finansavisen
10.30 – 11.15	"TV2-fotballen" Adm. direktør Gunnar Stavrum i TV2 Nettavisen, Viseadm. direktør Erik Nord , Telenor Broadcast Samt en Advokat fra DLA Nordic Advokatkontor
11.15 – 11.45	Pause
11.45 – 12.15	"Hva skjer når folk styrer sin egen mediehverdag og hvilken konsekvens får det for kommunikasjonsbransjen?" Benedikte Løvdal Country Manager i MSN Norge
12.15 – 12.45	"Hva innebærer søkemotorkrigen?" Even Aas-Eng Leder digitale medier, McCann World Group Norge
12.45 – 13.30	"Kommunikasjon og holdninger – et standup-show med innhold" Cecilie Andvig

13:30 – 13:45	Avslutning
13:45 – 14:30	Lunsj og utsjekk
14:30	Buss til tog-stasjonen
15:00	Avreise m/tog fra Lillehammer stasjon

Takk til våre hovedsponsorer:

Samt til våre delspensorer:



Med vennlig hilsen oss i
Høstkomiteen 2006

Gretha Nicolaysen, Egil Storaas, Anne Karin Dybsjord,
Wenche Wollmann, Knut Ivar Skeid, Kirstin Hestnes og Trine Vik



Presentasjon av programmet og foredragsholdere

Høstkonferansens fagprogram er i år meget bredt, samtidig som det tar opp i seg noen av de viktigste trendene i hele mediebransjen høsten 2006. Her vil det være mye å ta tak i for alle Mediaforums medlemmer og konferansedeltakere.

Fredag 20. oktober

Omdømme:

Relasjon gjennom innsikt

Rolf Olsen, President Europe, Weber Shandwick Inc.

Nordmannen Rolf Olsen er øverste ansvarlige i Europa for verdens største PR-selskap, Weber Shandwick Inc. Han arbeider med noen av kontinentets største selskaper med fokus på omdømmebeskyttelse og –forbedring. Han vil dele sine erfaringer om hva som er viktig for et selskaps omdømme, som går langt utover, men som spiller i tett samspill med ordinær markedsføring.

Olsen har tidligere innehatt europeiske og globale stillinger i Motorola og Digital Equipment Corp.

Fokus på individet:

Hvordan posisjonerer du deg selv

Helge Frisch, Orion Search Internasjonal

Helge Frisch har bakgrunn som offiser og diplommarkedsøkonom og har hatt en rekke stillinger og posisjoner i norsk mediebransje, blant annet i Vizeum, Aegis/Carat og AB Bates. Han er nå partner i rekrutteringsselskapet Orion Search Internasjonal.

Frisch vil snakke om hvordan hvert enkelt individ skal posisjonere seg for å utvikle seg både karrieremessig og faglig.

Tvil og tro:

Hvordan få andre til å tro på det du tror på selv?

Peter Mattson, Ambio Resultatoptimering, Sverige

Peter Mattson leder endringsprosesser i salgs- og markedsorganisasjoner i svenske selskaper med resultatoptimering som endestasjon. Ambio Resultatoptimering har mange av Sveriges største selskaper på sin referanseliste. Mattson er dessuten kjent som en meget engasjerende foredragsholder.

I fjor ble han kåret til Uppsala Universitets beste eksterne foredragsholder.

Det store fagforedraget:

Hva er en annonse verdt?

Linda Dupree, Executive Vice President, New Products Development, Portable People Meter, Arbitron Inc.

Linda Dupree har lang erfaring i Arbitron Inc. Dette selskapet arbeider med noen av verdens største og mest krevende annonsører og medier. De har utviklet PPM – Portable People Meter – anerkjent som verdens ledende ratingsystem for medier.

Dupree vil presentere Arbitrons resultater og hvordan deres ledende klienter verdsetter annonser og markeditiltak. Hun vil ta for seg hvordan de måler en annonses suksess, en kampanjes effekt, og hvordan man bruker Web-paneler for å skaffe pålitelige målinger.

Markedsandeler:

Hvorfor vokser nettet, mens andre kanaler blør?

Daglig leder Børge Sandengen, INMA – Interesseorganisasjonen for Interaktiv Markedsføring

Sandengen stiller spørsmålet:

”Hva gjør nettmediene annerledes?, - og hvordan dette påvirker annonsørene”

”Walkabout”:

Lang veien med Nils & Ronny

Nils Henrik Wæstad, journalist og reporter
Ronny Kristoffersen, regissør og produsent

At det enkle ofte er det beste har Nils og Ronny fått erfare denne sesongen. I deres tredje runde med ”Walkabout” programmer har nesten 800.000 tv-seere sittet klistret til skjermen, og fulgt de to turkameratene til tider strabasjose reiser. Serien er en hybrid av tv-sjangere og kan beskrives som en blanding av reiseskildringer, roadmovie og dokumentarfilm. Bland dette med en stor dose humor og du får:

”Walkabout

Lørdag 21. oktober

Hallo i uken:

Skråblikk på Mediebransjen

Are Kalvø, journalist og komiker

Ankermann i NRKs satireprogram ”Hallo i uken”, Are Kalvø har selv mange års erfaring fra pressen, blant annet som journalist i Dagsavisen/Arbeiderbladet. Han vil levere sitt humorfylte skråblikk på mediebransjen – ofte bedre iaktatt enn de fleste alvorligere observatører.

Fremtiden:

Økonomiske utsikter og konsekvenser for mediemarkedet

Ansvarelig redaktør Trygve Hegnar, Kapital og Finansavisen

Grunnlegger av den kritiske og undersøkende økonomijournalistikken i Norge, Trygve Hegnar nøler ikke med å kaste seg utpå. Han har klare og sterke meninger om hva som er de økonomiske hovedtrendene for mediemarkedet i årene som kommer og hva eksisterende aktører og nykommere skal gjøre for å posisjonere seg.

En sommer er over:

TV2-fotballen

Adm. direktør Gunnar Stavrum, TV2 Nettavisen, viseadm. direktør Erik Nord, Telenor Broadcast, samt en advokat fra DLA Nordic Advokatkontor DA

Ett år har snart gått siden Telenor og TV2 inngikk milliardavtalen med Norges Fotballforbund. Vi tar pulsen på kjøpernes erfaringer. Hva har vært suksess, og har de fått valuta for pengene? Gunnar Stavrum og Erik Nord har begge en omfattende presseerfaring og besitter landets fremste spisskompetanse på ulike former for digitale medier.

"On demand":

Hva skjer når folk styrer sin egen mediehverdag og hvilken konsekvens får det for kommunikasjonsbransjen?

Country Manager MSN Norge, Benedikte Løvdal

Verdens største programvareselskap Microsoft kommer i månedene som kommer til å foreta en storsatsning på nettbasert innhold og tjenester. Benedikte Løvdal er øverste ansvarlige i Norge, og hun vil fortelle om selskapets visjon om hvordan fremtidens mediebruk kommer til å bli – når brukeren selv bestemmer hva de vil se og hvilke tjenester de vil benytte seg av.

Medieselskapene Google og Microsoft:
Hva innebærer søkemotor krigen?

Even Aas-Eng, leder digitale medier, McCann World Group Norge

De færreste har tatt inn over seg at Microsoft og Google har blitt store medieselskaper og ikke lenger programvareselskap. Even Aas-Eng, som tidligere bl.a. har arbeidet i Google og nå er i McCann vil gi en gjennomgang av hva de to aktørene holder på med, se på deres ulike styrker og svakheter i kampen om søkemotorannonserne, og se på hvilke andre produkter de konkurrerer. Hvem vil vinne denne globale kampen? Hvor står slagene i Norge, finnes det lokale aktører som kan by på konkurranse, og hvilke følger vil dette få for den eksisterende norske mediebransjen?

Hva skal til?

Kommunikasjon og holdninger – et standup-show med innhold

Cecilie Andvig

Hun gir alt av seg selv når hun presenterer alvorlige emner i humoristisk innpakning. Det handler om hvor lite som skal til både for å gi og få god respons med et annet menneske, skape en god relasjon og hvor fort man kan ødelegge det. Det handler om ros og ris. Oppmerksomhet. Og at holdninger er alt. Du vil kjenne deg igjen, le, lære noe og ha en morsom liten time med Andvig.

Cecilie Andvig har holdt foredrag siden 1988 i inn og utland og hennes foredrag blir alltid høyt verdsatt både for innhold og underholdningsverdi.

Takk til våre hovedsponsorer:



Samt til våre delspansorer:

