

MÁRKAÉPÍTÉS 2021

KONFERENCIA

DIGITÁLIS JÖVŐ – FÉLJÜNK VAGY MEGIJEDJÜNK?

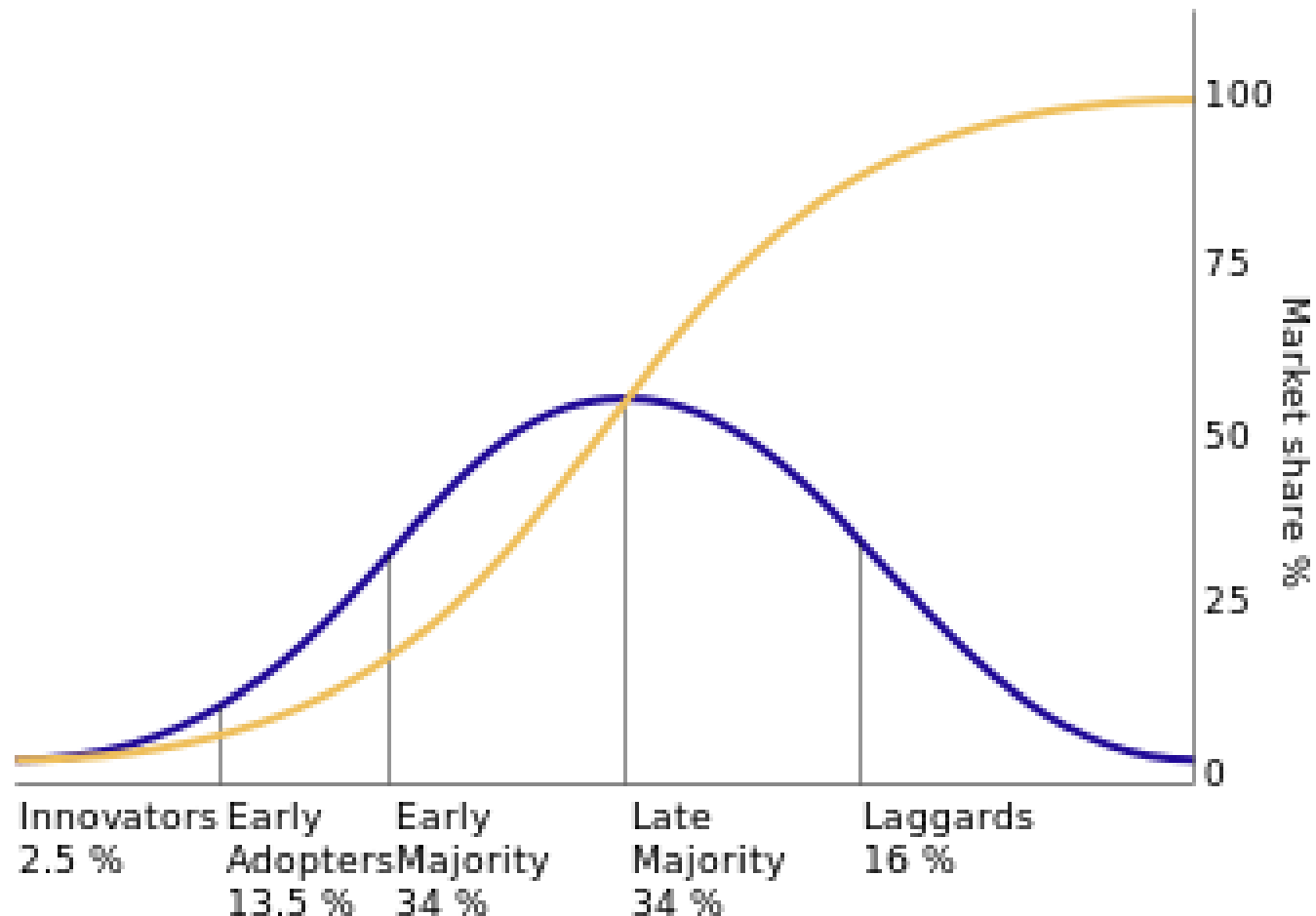
Szabó Béla / Telekom





FIGURE 1.1 History of land-based transportation

Egy világ van és az digitális – Lépj előre digitálisan!



A digitalis világ tüneményeivel mindenkit a saját élete nyertesévé teszünk

Minden generáció digitális, csak az változik, melyik mit tud kihozni ebből. Az egyre inkább digitalizálódó világban a márkák versenye nem iparágakon belül zajlik – a márkák az elvárt szinttel versenyeznek, melyet a legjobbak határoznak meg



• [Videó letöltése](#)

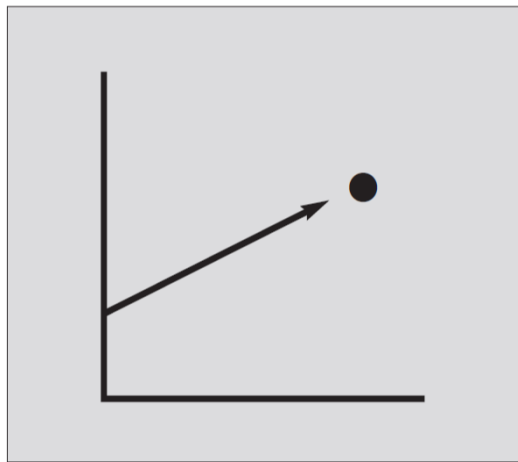
~~new~~

~~no~~

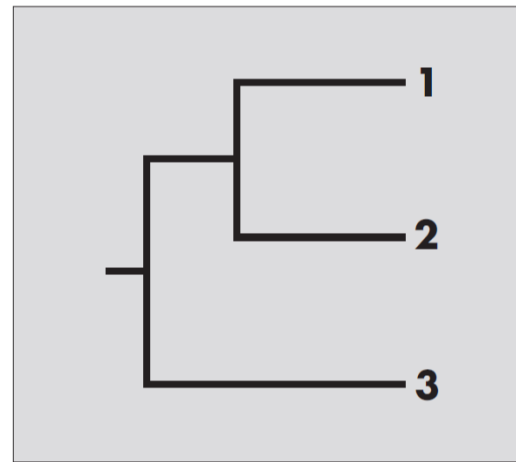
~~never~~

NORMAL

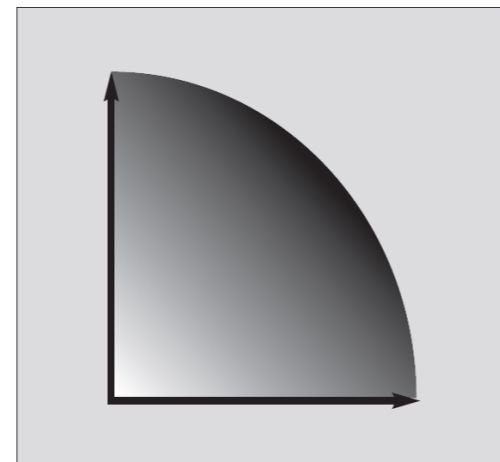
A bizonytalanság szintjei



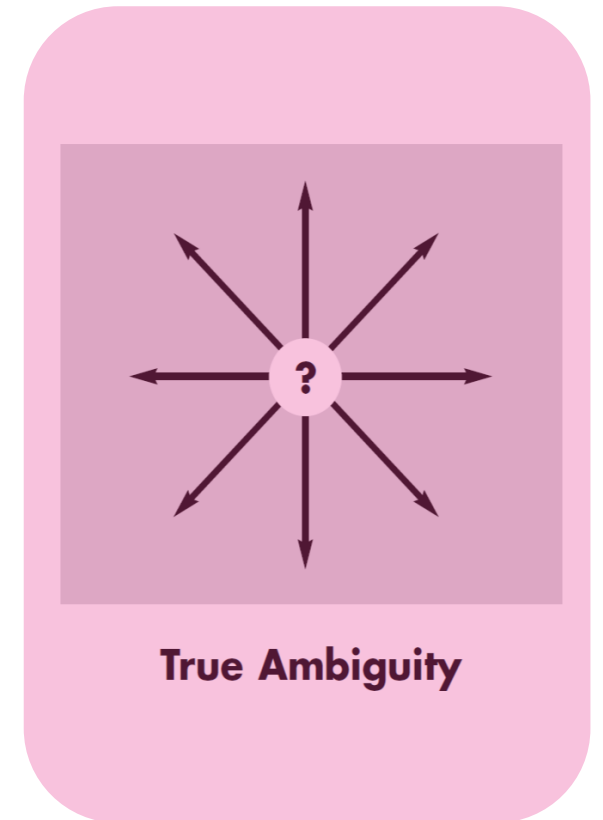
A Clear-Enough Future



Alternate Futures



A Range of Futures

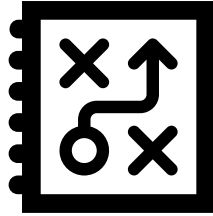


True Ambiguity

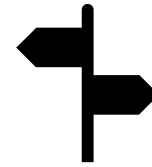
Új viselkedési diszciplínák



Output culture



Planning - Replanning



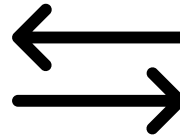
Unlearn



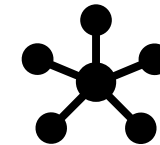
Adaptáció



Data&analytics

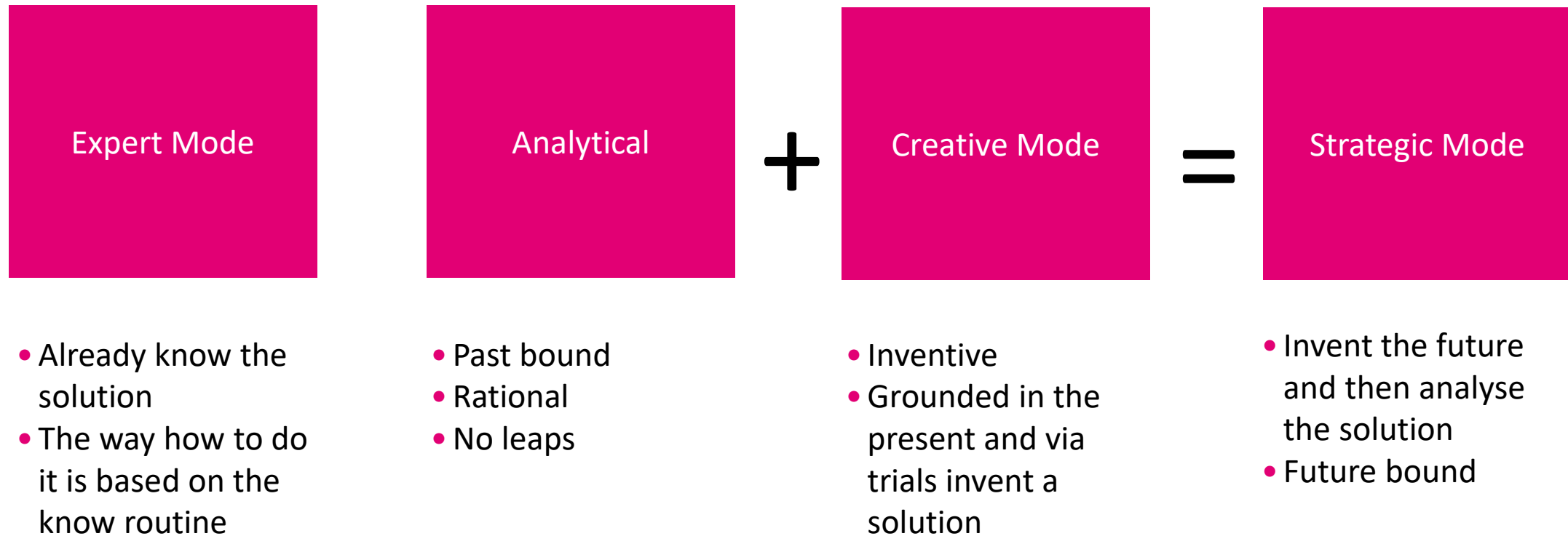


Automation



Platform Business

Problem solving approaches



Mi van a purpose után?



The 50's

Age of modernism, innovation and optimism.

Product wows.

AWARENESS

The 70's

Crisis, lost paradise, pessimism, brands are the lighthouse.

Conceptual

BUILD DESIRE

The 90's

Economic growth, wealth emotional branding, status, self-identification with tangible items

Create identity

The 00's

The age of internet, viral marketing blows the marketers' mind.
Disruptive ideas

eNTERTAIN

Now

Brand as a service, value creation, attention economy
Purpose driven

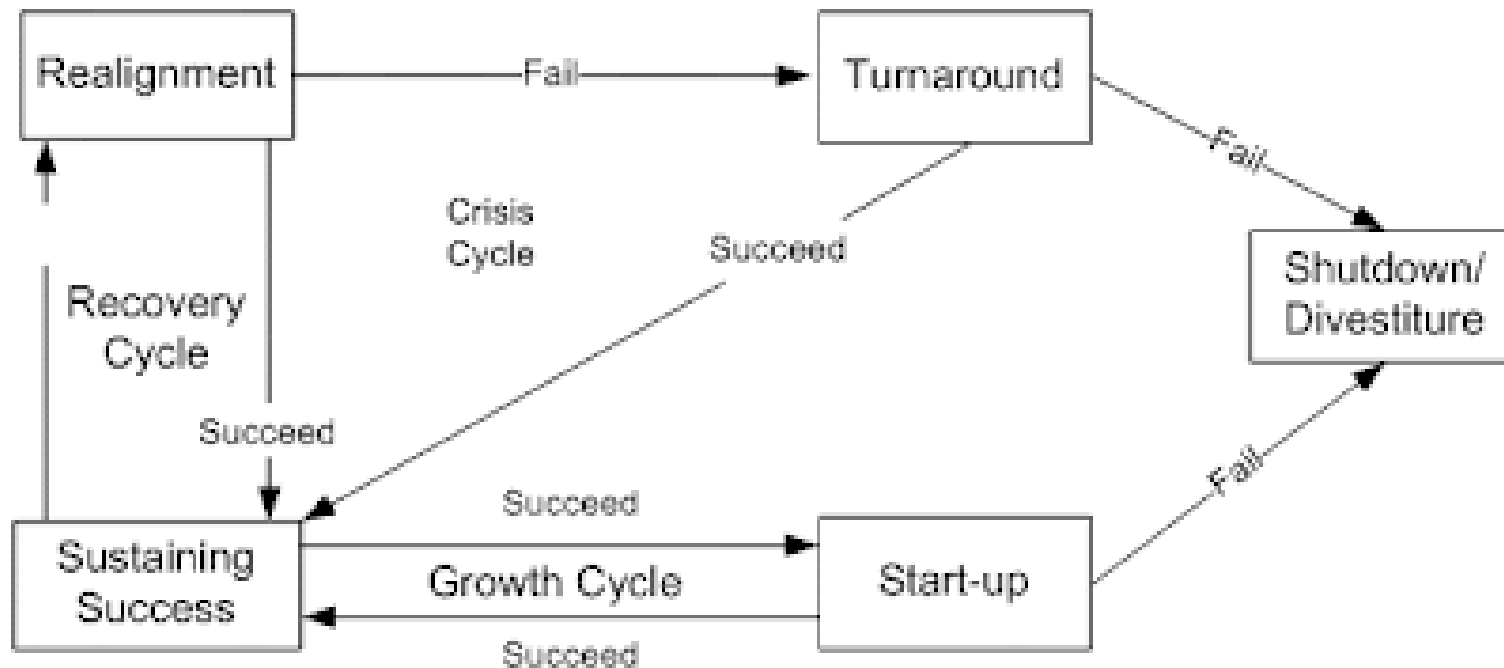
Change mindset

Now

RRR
Actions, betterment
Utility driven

Change behavior

A fejlődés állomásai



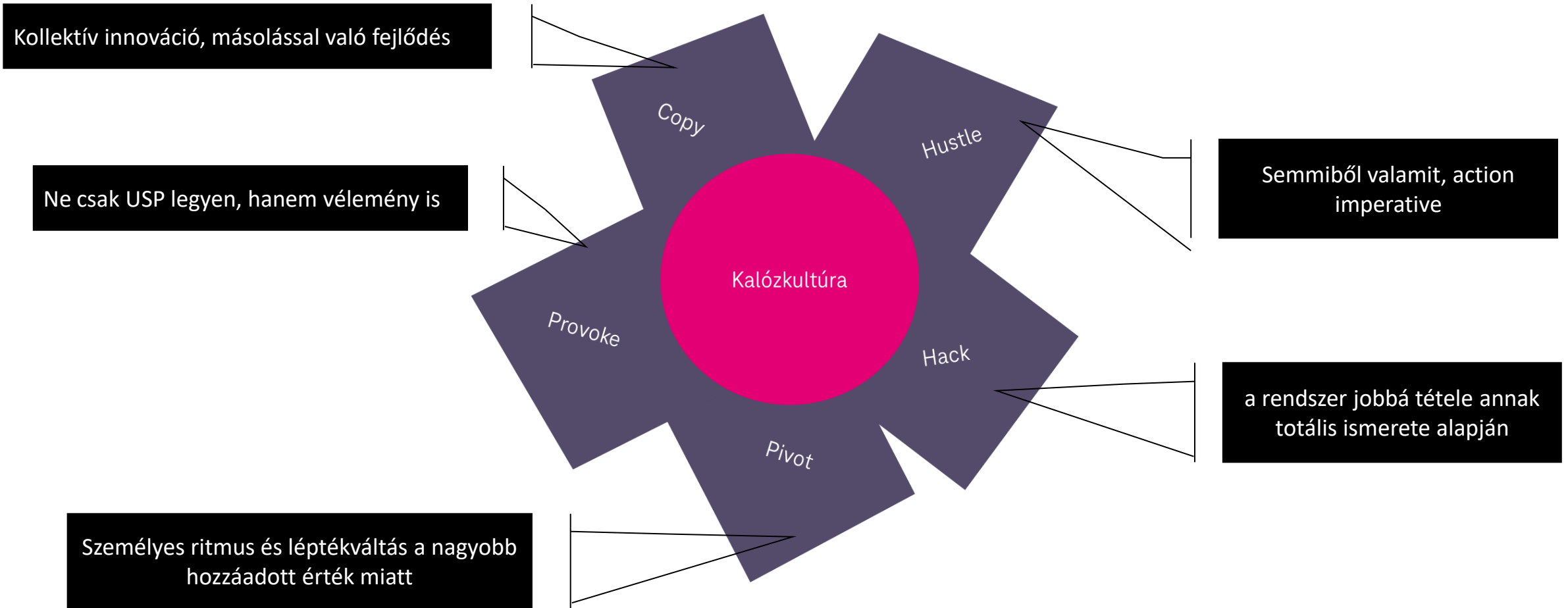
A siker eszközei nem ugyanazok, mint amik a fenntarthatósághoz és az értékteremtéshez kellene.

Így a fiatal generációk is korlátozottak a változás elindításában.

Akkor következnek ez be, ha a fiatalok már nem akarják azokat a siker kritériumokat, mint a felnőttek

Misfit economy – A szélsőségek gazdaságtana

új vállalkozói szellemiség = nem várjuk, hanem kreáljuk a lehetőséget

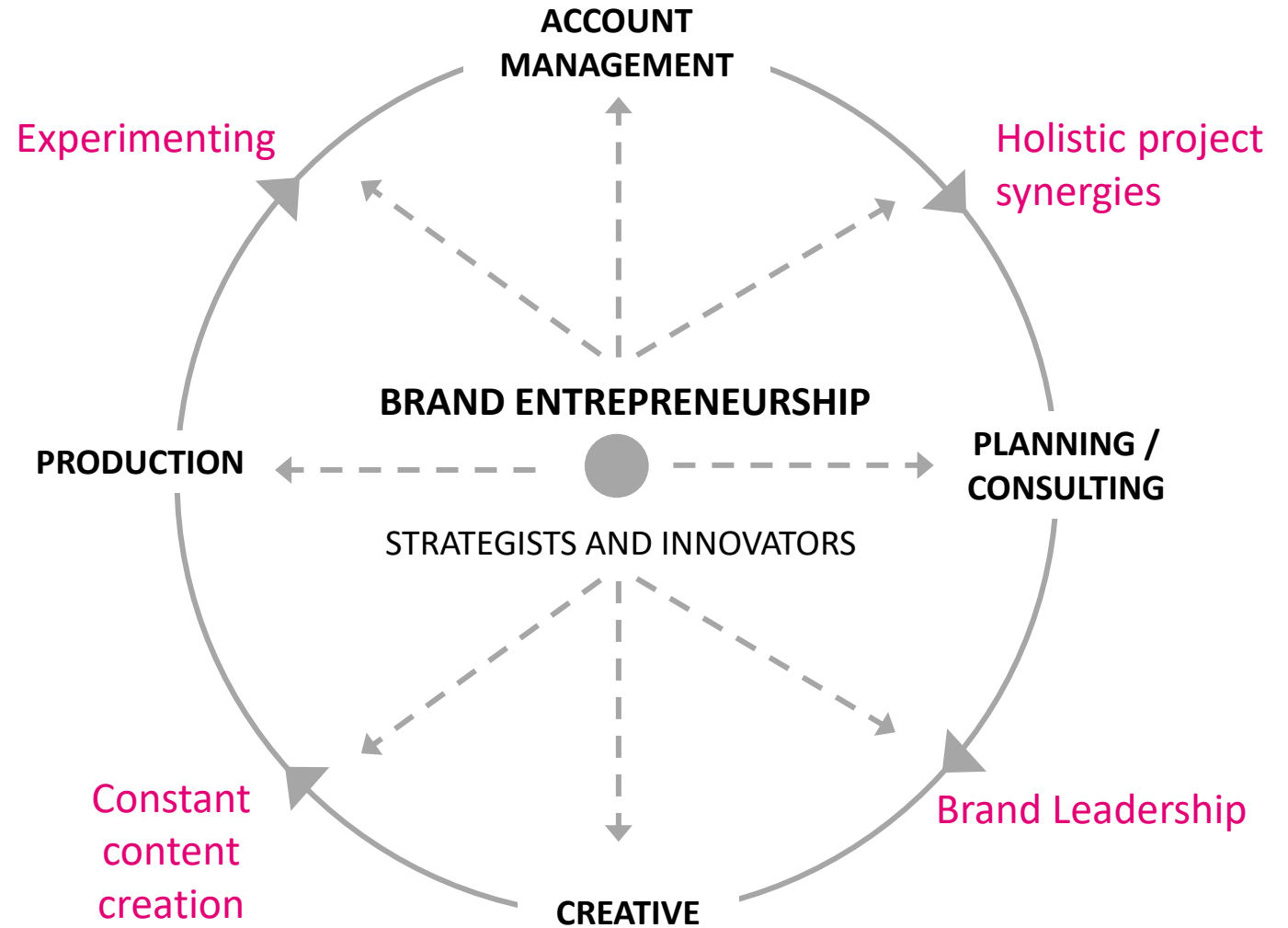


Működési → üzleti modellváltás

New agency services

OR

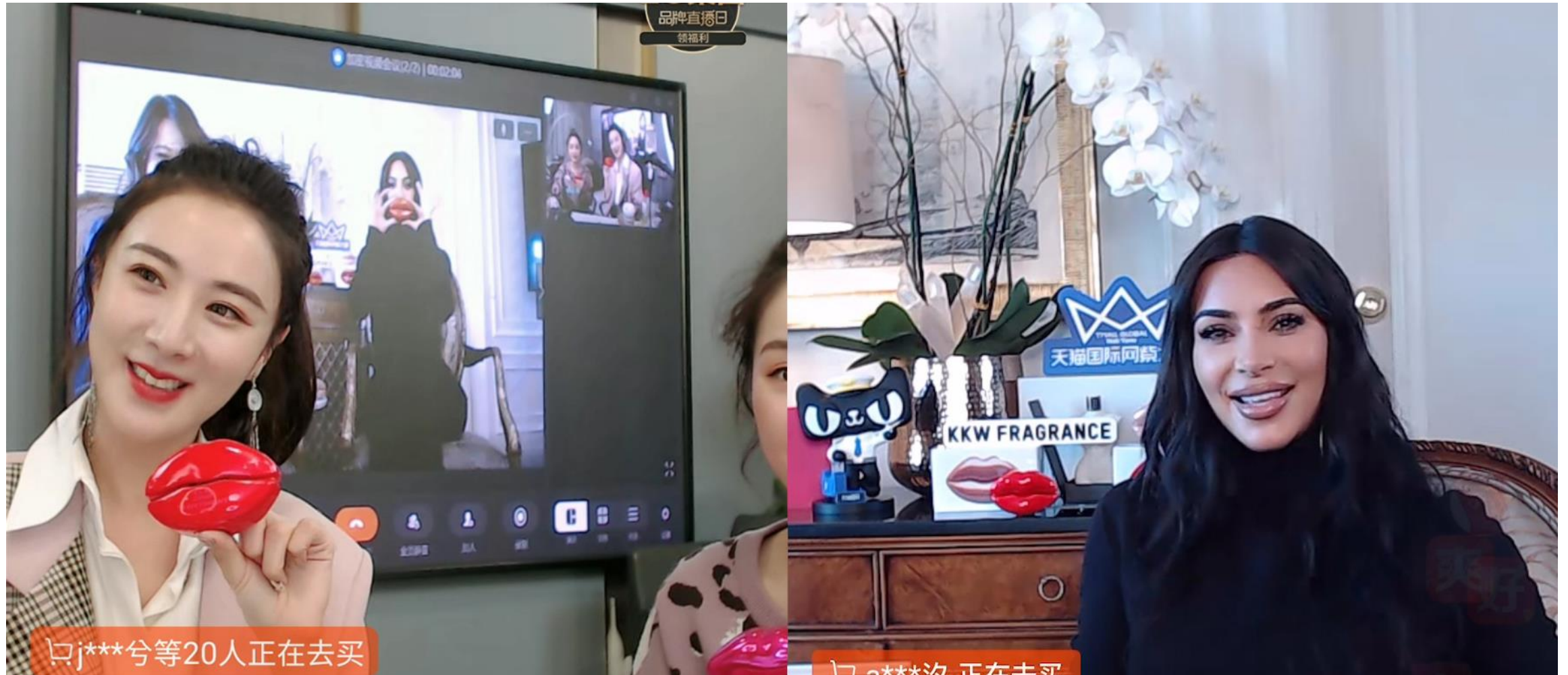
In-house capabilities



Adjacent kategóriák új perspektívája



Teleshop – influencers – social commerce





• [Videó letöltése](#)

“ Márkák feladata, hogy a primer funkcionalitásuk és eszközparkjuk révén megoldjanak valós problémákat felelősen, adaptívan és az erőforrások regenerálódásán keresztül.

/Ribillio/