



NEVERENDING CHANGE

MÁRKAÉPÍTÉS 2023 KONFERENCIA BUDAPEST, 2023. MÁRCIUS 22.

Ferling József

Az 1 millió db-os
puzzle

„A TV-t nem nézni kell, hanem benne kell lenni!”

						
1956–1973	1973–1979	1979–1989	1989–1991	1991–1994	1994	1994–1997
						
1997–2000	2000–2002	2002–2005	2005–2012	2012–2015	2015–2020	2020–





**Célozhatóság
hordozhatóság
kereshetőség**

**közösség
azonnaliság
visszacsatolás**

Ferling



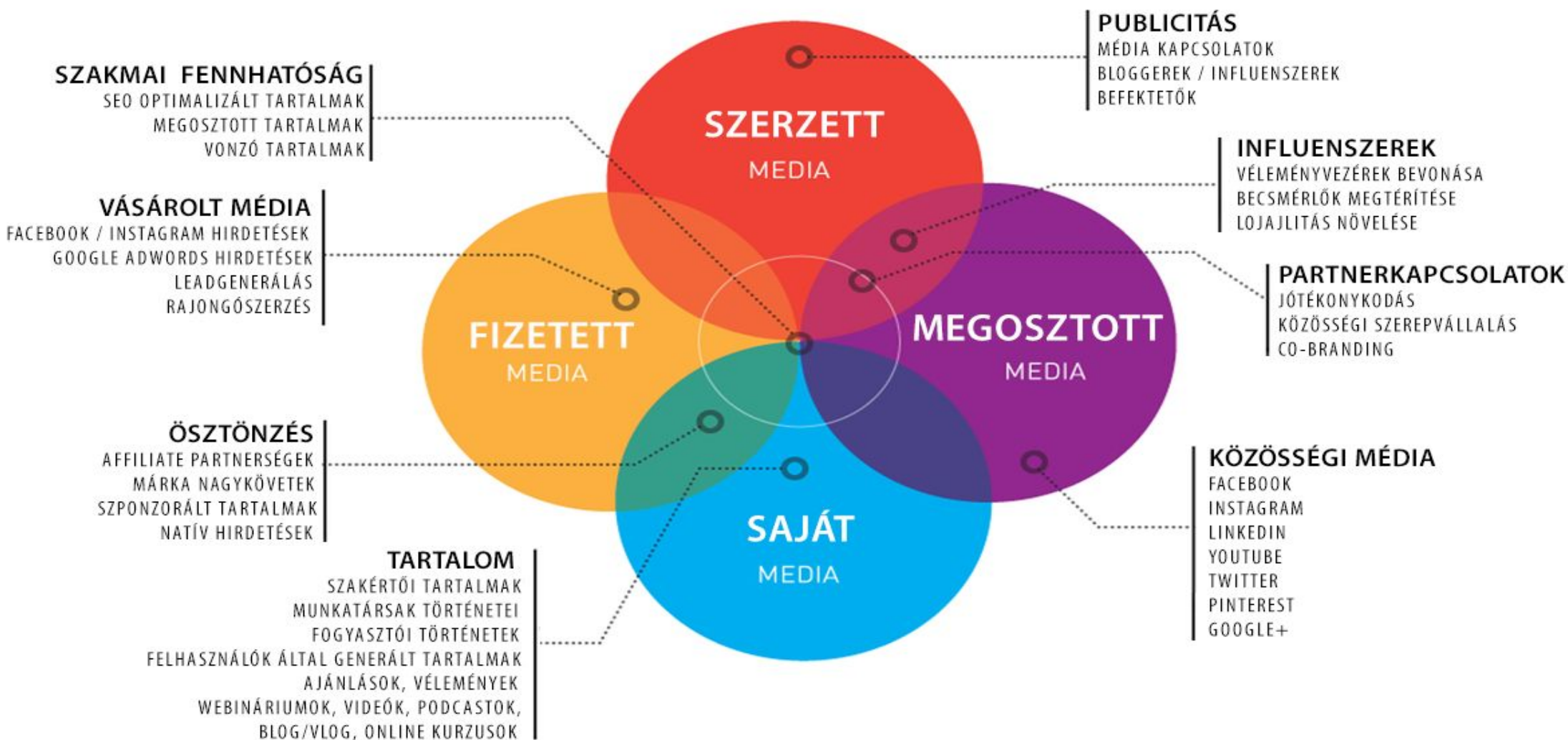
„Sorakoztasd fel a számokat, azután azt mondasz, amit akarsz!”

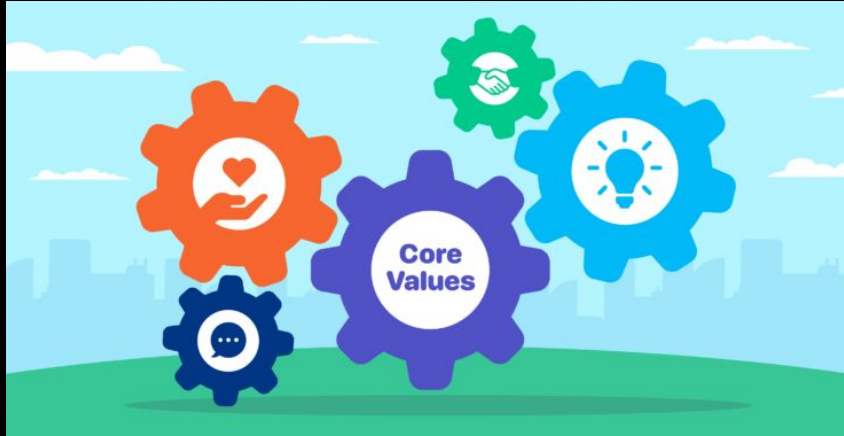


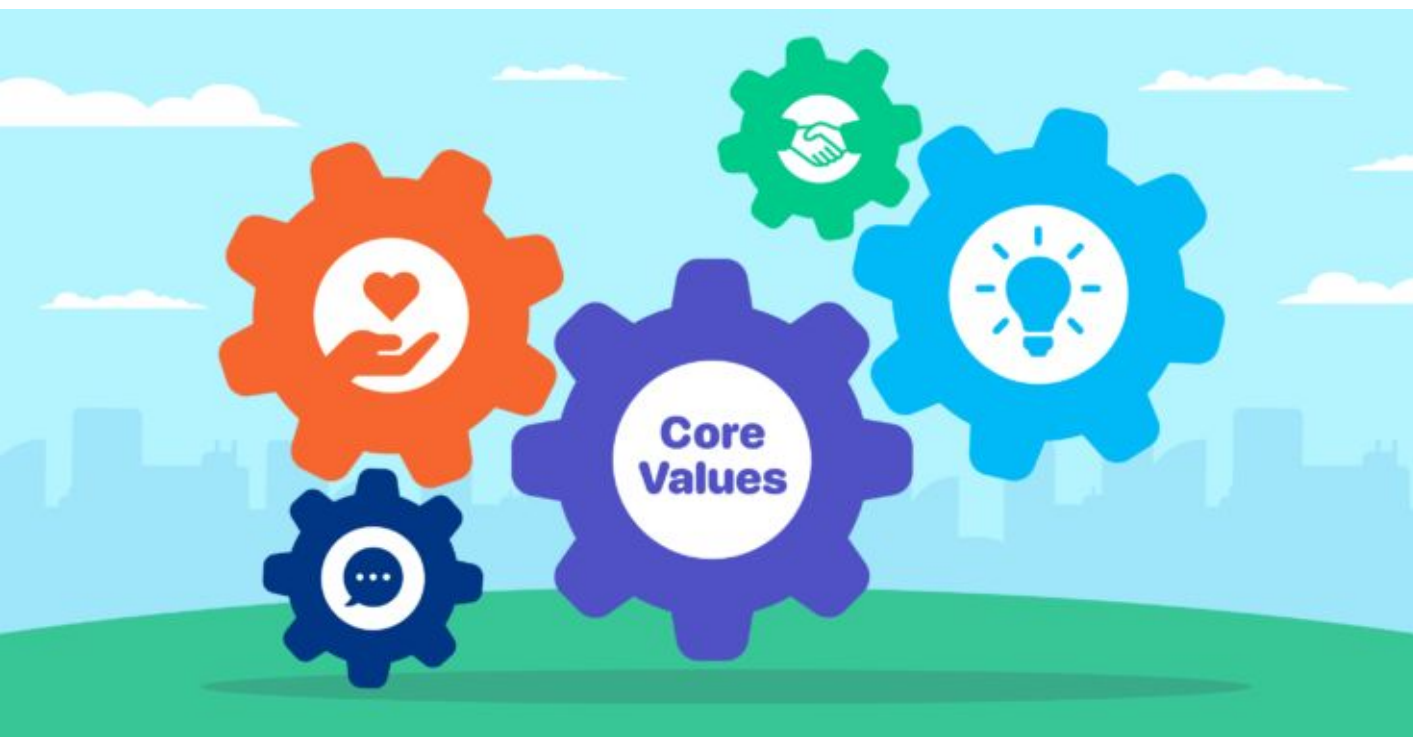
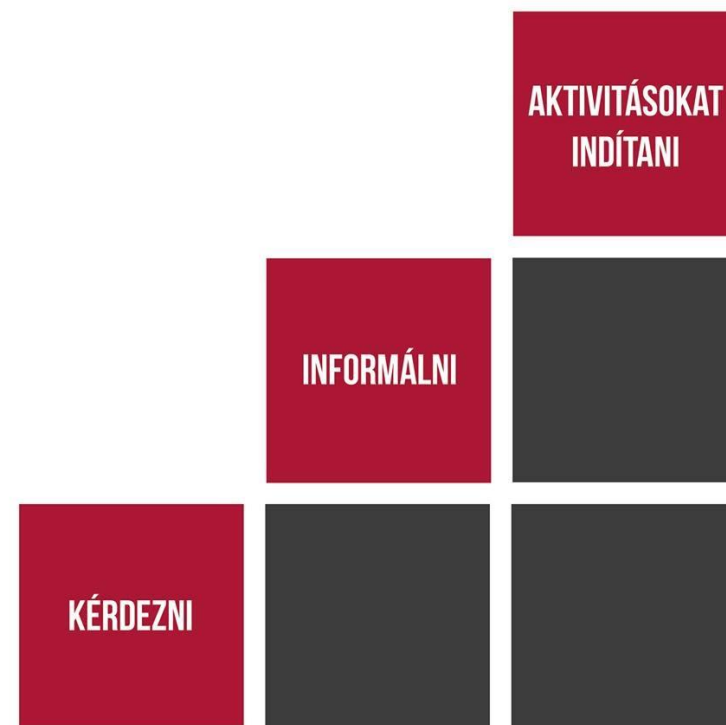
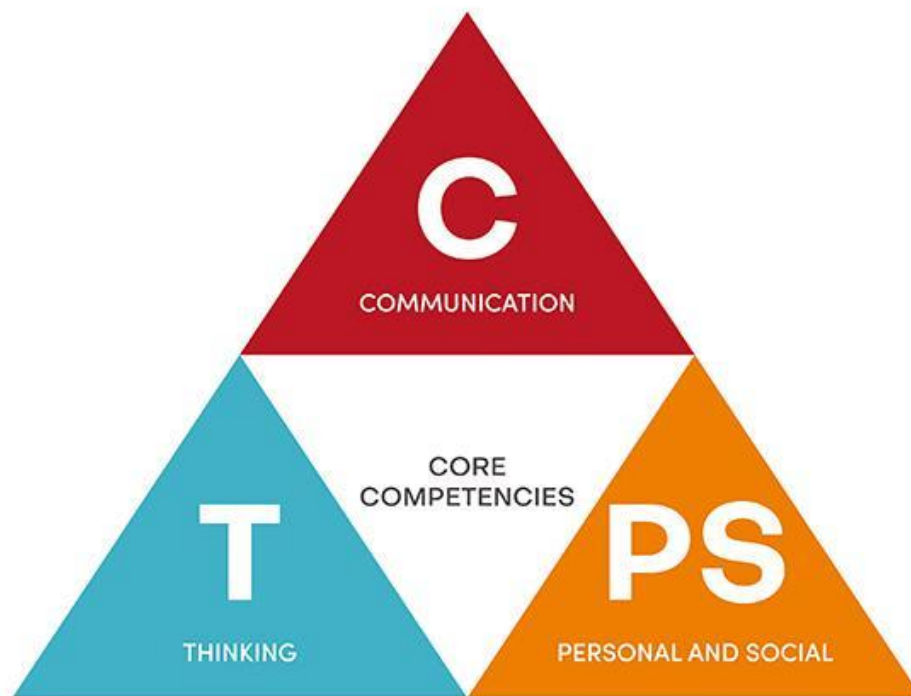
Az érzelmek nem szeretik az érveket!

„Pokolba a számokkal, nekünk történetek kellenek!”









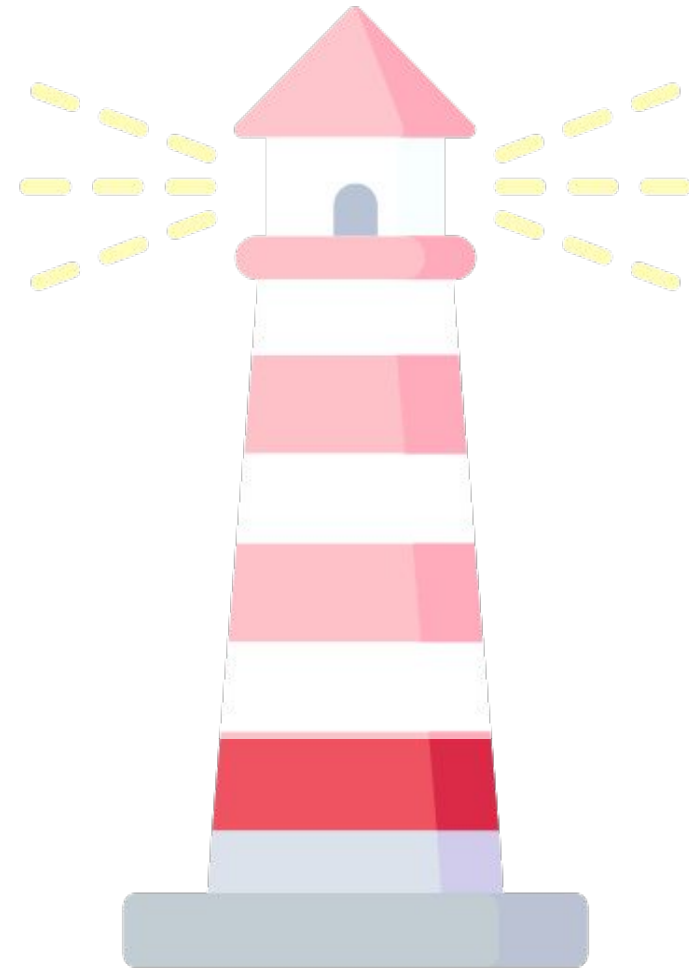
**Az alapvető képességekre és az
alapértékekre épített brand gyorsan
változó körülmények között is megőrzi
értékét.**

**A PR nem olyan ház, amelybe csak úgy
beköltözünk,
a PR maga az építkezés.**



**Csak a jól meghatározott célok
biztosítanak tisztán látható igazodási
pontokat a változások forgatagában**

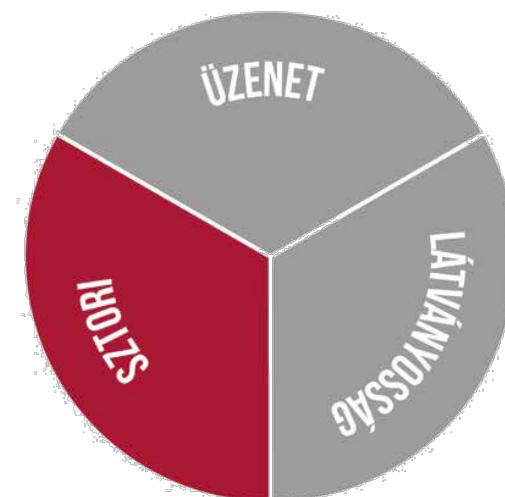
**Kommunikációs „közmű” - építés
és - karbantartás**



Ferling

Neverending branding

- Célcsoport- és média-monitoring
- Komplex médiahasználat
- Szakértői hídfőállások elfoglalása (a direkt üzeneteken túlmutató közvetett tartalmak kezelése, információbővség)
- Az érdekesség-küszöb meghaladása (időpont, helyszín, tematika)
- A különböző aktivitások (pl. esemény – video – közösségi médiafelületek – célzott B2B kommunikációs megoldások) összehangolt alkalmazása
- ...





**Messziről is jól látható,
mértékadó, hiteles
kommunikáció.**

Ferling

ANNO 1991

