ZBOR ČLANOV

DRUŠTVA ZA MARKETING SLOVENIJE

Ljubljana, 16. februar 2015 ob 16.00

PRISOTNI: Lista prisotnosti je v pisarni Društva.

DNEVNI RED:

1. **Poročilo Društva za marketing Slovenije za leto 2014**
2. **Načrt dela za leto 2015**
3. **Izvolitev nadomestnih članov upravnega odbora za obdobje 2014 - 2017**
4. **Razno**

Zapisnikar: **Lea Smrkolj**, predsednik občnega zbora: **Darko Dujič**

Po tridesetminutnem zamiku je bila ugotovljena sklepčnost zbora članov, zato se je zbor lahko začel. Zapisnikar in predsednik občnega zbora sta bila soglasno sprejeta, prav tako dnevni red.

16.30 ZAČETEK OBČNEGA ZBORA ČLANOV

Ob 16.30 smo ugotovili, da smo po 13. členu Statuta DMS sklepčni, saj je bilo prisotnih najmanj 10 članov Društva in smo lahko uradno začeli občni zbor članov, ki ga je vodila izvršna direktorica društva, Tanja Kavran.

Upravni odbor je za zapisnikarja in dva overovatelja predlagal in imenoval:

Zapisnikar: **Lea Smrkolj**

Overovatelja: **Janez Rajh, Klemen Selakovič**

Dnevni red:

1. Poročilo Društva za marketing Slovenije za leto 2014
2. Načrt dela za leto 2015
3. Izvolitev 2 nadomestnih članov upravnega odbora za obdobje 2014-2017
4. Razno

Sestavo in dnevni red je z večinskim dvigom rok potrdil zbor članov, za potrditev je bila potrebna večina glasov.

1. POROČILO DRUŠTVA ZA MARKETING SLOVENIJE ZA LETO 2014

Poročilo o delu Društva je predstavil Darko Dujič, predsednik Društva (celotno poročilo o delu v letu 2014 je dostopno v **PRILOGI A**).

V letu 2014 je Društvo za marketing Slovenije izvedlo približno 106 ur izobraževanj (mesečna srečanja DMS, Klub marketinških direktorjev, srečanje Sekcije B2B marketing, Slovenska marketinška konferenca, Marketing TOPX, dogodki Študentske sekcije DMS …). Društvo je sledilo svoji strateški naravnanosti, dodajanju novih vsebin in transparentnosti. Glavne aktivnosti društva v letu 2014 so bile:

- 19. Slovenska marketinška konferenca (SMK) z več kot 500 udeleženci, na njej se je v dveh dneh zvrstilo 12 tujih in 10 slovenskih predavateljev;
- 7. študentska marketinška konferenca Fanfara;
- nova izobraževanja: Marketing TOPX, od tega dva v letu 2014, načrtovanih je deset v letu 2015;
- marketinški fokusi;
- mesečna srečanja DMS;
- srečanja Kluba marketinških direktorjev;
- podelitev naziva marketinški direktor leta 2014 Luki Grilcu, Elan;
- podelitev naziva marketinški up leta 2014 za najboljšo magistrsko nalogo s področja marketinga Vanji Žižmond;
- podelitev nagrad SPORTO Awards 2014 najboljšim primerom dobrih praks na področju sponzorstev in marketinga v športu v Adriatic regiji;
- raziskava Trženjski monitor DMS - pomlad 2014;
- raziskava Mind Wide Open v partnerstvu s Pristopom, podjetjem Bisnode, Ekonomsko fakulteto in DMS;
- 22. Akademija MM, strokovno-znanstvena revija za marketing;
- Študentska sekcija: združuje študente, ki želijo poglobiti svoje znanje o marketingu in že med študijem pridobiti marketinške izkušnje oziroma boljši vpogled v svet marketinga. Je tudi ena izmed najbolj aktivnih sekcij, ki šteje 120 članov in sestavlja zelo dober podmladek DMS
- Akademska sekcija: združuje strokovnjake, ki v visokošolskih ustanovah raziskujejo in predavajo marketinške predmete.
- Sekcija za B2B marketing: nova sekcija, ki povezuje in vzpostavlja dialog med ključnimi deležniki na tem področju – podjetji, akademskim svetom in marketinškimi agencijami.
- Klub marketinških direktorjev: združenje vodilnih slovenskih strokovnjakov s področja marketinga

Prisotni so z dvigom rok potrdili poročilo DMS 2014, za potrditev je bila potrebna večina glasov.

2. NAČRT DELA ZA LETO 2015

Načrt dela za leto 2014 je predstavil predsednik DMS Darko Dujič.

- Predstavitev prenovljenega modela članstva.
- Največja novost je izobraževalni program Marketing TOPX, s katerim želimo s ključnimi marketinškimi temami na praktičen način nadgrajevati marketinška znanja, ki so ključna za opravljanje posla v današnjem času.
- Pripravljamo novo nagrado **marketinška odličnost podjetij**.
    - ~ Nagrajevanje marketinško usmerjenih podjetij
    - ~ Cilje je marketing pozicionirati kot ključno funkcijo v podjetju, povezava marketinga in managementa, vpletenost marketinga v vse organizacijske procese podjetja
- Čisto najnovejši projekt je ustanovitev **Sekcije za direktni marketing in prodajo**.
- Najbolj aktivni bosta tudi v letošnjem letu **Sekcija za B2B marketing** in **Študentska sekcija**.
- Izvedba številnih dogodkov Študentske sekcije DMS
- Aktiven bo tudi **Klub marketinških direktorjev**.
- Poleg vseh ostalih rednih dogodkov bomo praznovali odličnih **40 let DMS**.
- Izvedli bomo 20. Slovensko marketinško konferenco.
- 8. Fanfara – Študentska marketinška konferenca
- Izvedli bomo pomladansko meritev raziskave Trženjski monitor DMS in jo razširili še na nova področja.
- Ponovitev raziskave Mind Wide Open, tokrat med B2B podjetji (izvajalec raziskave Pristop).
- Izdaja znanstvene revije Akademija MM
- Izvedba izobraževanj Marketinški fokus
- Mesečna srečanja DMS
- SPORTO Awards

Prisotni niso dali dodatnih predlogov za delovanje in so z večinskim z dvigom rok potrdili predlagani načrt aktivnosti za 2015.

3. IZVOLITEV 2 NADOMESTNIH ČLANOV NADZORNEGA ODBORA ZA OBDOBJE 2014 -2017

Prešli smo na volitve nadomestnih članov upravnega odbora Društva za mandatno obdobje 2014-2017.

- Upravni odbor je izvršilni organ društva, ki opravlja vsebinska in organizacijska dela ter vodi delo društva med dvema zboroma članov po programu in sklepih, sprejetih na zboru članov.
- Upravni odbor šteje **devet članov**, ki jih izvoli zbor članov. Mandat članov upravnega odbora traja **tri leta**.
- 2 člana upravnega odbora, **Mojca Avšič** in **Matej Golob**, sta zaradi osebnih razlogov izstopila kot člana upravnega odbora DMS.
- V oktobru 2014 smo objavili razpis za 1 nadomestnega člana UO DMS, vendar korespondenčne volitve niso uspele. Razpis smo ponovili januarja 2015, takrat za dva člana.

Na razpis za člana upravnega odbora je v roku prispelo **7 popolnih prijav**, in sicer po abecednem vrstnem redu:

1. Maja Golob
2. Fedja Hvastja
3. Damjan Kosec
4. Lea Lipovšek
5. Petra Oseli
6. Lovro Peterlin
7. Špela Žorž

Vsi člani DMS so pred zborom članov prejeli predstavitve in zapisane vizije razvoja Društva vseh kandidatov, zato se je vseh 7 kandidatov predstavilo le s kratko osebno predstavitvijo (maksimalno 2 minuti).

Potek volitev:

- Vsak član DMS je z gradivi prejel **oštevilčen glasovalni listič**, na katerem je lahko izbral do **2 kandidata**.
- Glasovalno pravico so imeli le **člani DMS**, ki so imeli na dan zbora članov **plačano članarino** za leto 2015.
- Glasovali so lahko le člani, ki so bili **prisotni** na zboru.
- Volilno komisijo so sestavljali: **Tanja Kavran**, **Klemen Selakovič** in **Lea Grilc.**
- Po oddanih glasovih smo naredili 20-minutni odmor, da je volilna komisija preštela glasove in nadaljevali z razglasitvijo rezultatov volitev.

Rezultati volitev:

- Prisotnih članov: **39**
- Veljavnih glasovnic: **39**

Za 2 nadomestna člana upravnega odbora DMS za obdobje 2014-2017 sta bila izvoljena **Lovro Peterlin** in **Špela Žorž**.

4. RAZNO

Pod točko razno ni bilo nobenih komentarjev s strani prisotnih, zato se je predsednik DMS zahvalil za udeležbo.

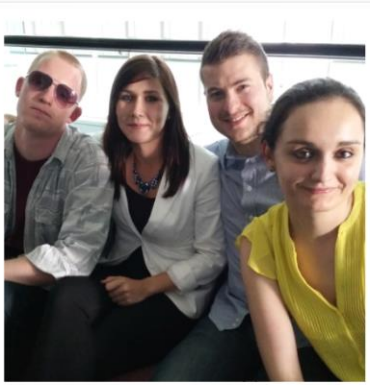
Overovitelj zapisnika:	Overovitelj zapisnika:	Zapisnikar:
Janez Rajh	Klemen Selakovič	Lea Smrkolj

DMS

Društvo za marketing Slovenije

Slovenian Marketing Association

Zbor članov DMS – 16. februar 2015



Zbor članov DMS – 16. februar 2015

Za podporo se zahvaljujemo našim partnerjem

TSmedia

triglav

Pivovarna Union Ljubljana

Pivovarna Laško

kliping

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Zbor članov DMS – 16. februar 2015

Dnevni red:

1. Poročilo Društva za marketing Slovenije za leto 2014
2. Načrt dela za leto 2015
3. Izvolitev 2 nadomestnih članov upravnega odbora za obdobje 2014-2017
4. Razno

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Zbor članov DMS

1. **Poročilo Društva za marketing Slovenije za leto 2014**

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Ključne aktivnosti in projekti v 2014

- Novo vodstvo društva za obdobje 2014-2017

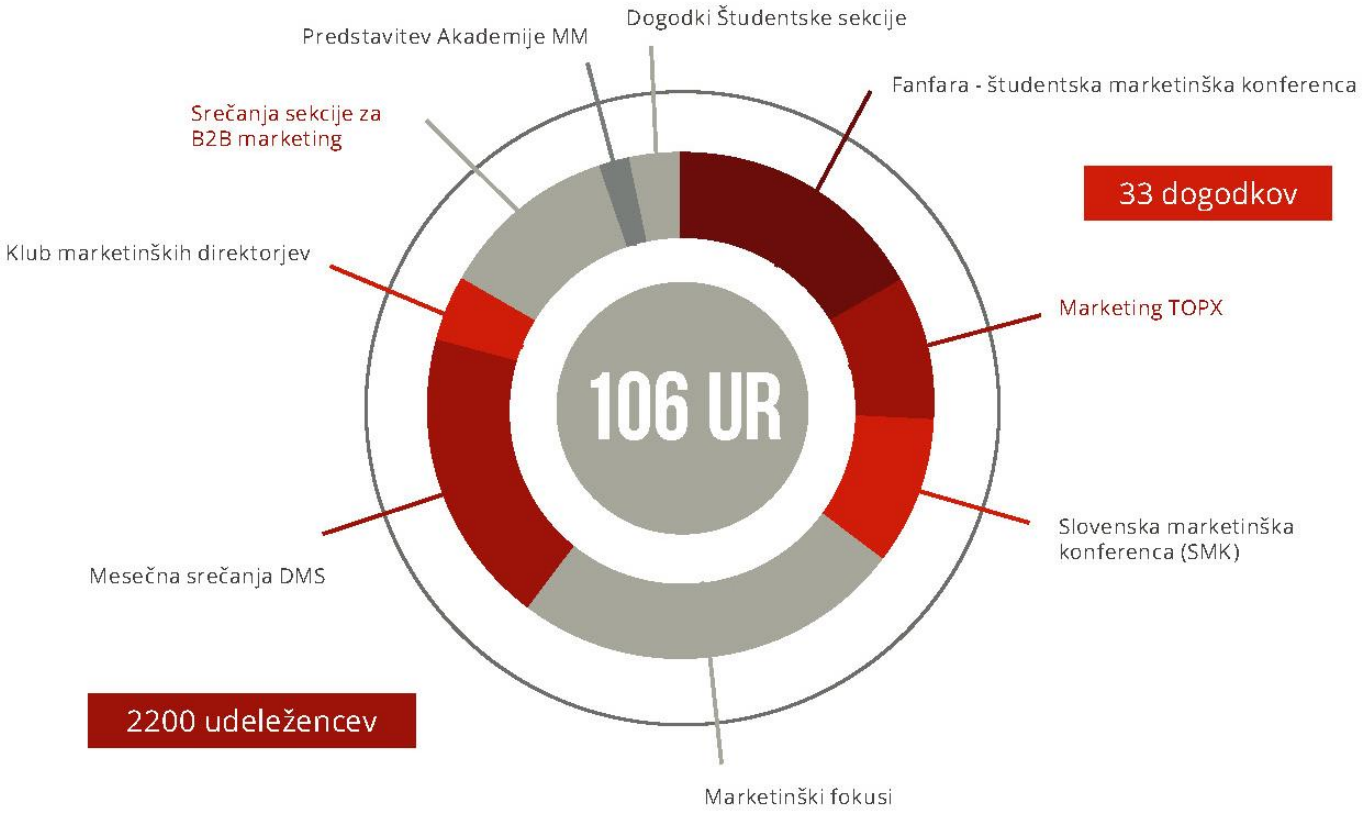
- Predsednik **Darko Dujič**
- Podpredsednica **Aleksandra Brank**
- Člani UO DMS: **Mojca Avšič**, **Matej Golob**, **Jaka Lenardič**, **Sašo Palčič**, **Mitja Pirc**, **Jasna Suhadolc** in **Andraž Štalec**.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Ključne aktivnosti in projekti v 2014

MARKETINŠKA IZOBRAŽEVANJA V LETU 2014

Za člane DMS smo organizirali 106 ur marketinških izobraževanj.



Ključne aktivnosti in projekti v 2014

4 AKTIVNE SEKCIJE

- Akademska sekcija
- Študentska sekcija (ŠSDMS)
- Sekcija za B2B marketing
- Klub marketinških direktorjev

Ključne aktivnosti in projekti v 2014

SLOVENSKA MARKETINŠKA KONFERENCA

Največja marketinška konferenca v Sloveniji (že 19 uspešno izpeljanih konferenc).

1996
1 dan
100 udeležencev
12 domačih predavateljev

1998
3. SMK
selitev v Portorož,
konferenca
postane dvodnevna

1999
4. SMK
prvi tuji
predavatelji

2007
12. SMK
podeljena 1. nagrada
marketinški direktor leta

2014
2 dneva
500 udeležencev
12 tujih in 10 slovenskih predavateljev

2015
20. SMK
26. in 27. maj 2015

Ključne aktivnosti in projekti v 2014

MARKETINŠKI FOKUS

Ali bomo marketinški zmagovalci ali je dovolj preživetje?

Sodobni marketing in njegovi učinki

Upravljanje blagovnih znamk na globalnih trgih

MESEČNA SREČANJA DMS

B2B marketing

Vsebinski marketing

Marketing in podjetniki

Športni marketing - učinkovita marketinška strategija

Merjenje (učinkovitosti) v marketingu

Predstavitev rezultatov Trženjskega monitorja DMS

Marketing v turizmu

SREČANJA SEKCIJE ZA B2B MARKETING

Razumevanje in spoznavanje B2B kupca

Digitalna orodja v B2B marketingu

Ali obstajata dva silosa: marketing in prodaja?

Učinkoviti na LinkedIn-u

Ključne aktivnosti in projekti v 2014

MARKETING TOPX

Sodobno strokovno in praktično izobraževanje za odličnost marketinga v podjetju.

2014

2 modula, 8 ur interaktivnega marketinškega izobraževanja

2015

NAPOVEDUJEMO: 10 modulov, 40 ur interaktivnega marketinškega izobraževanja

MarketingTOPX

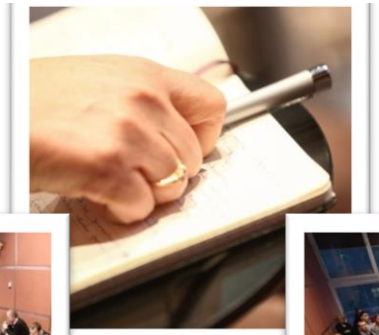
MarketingTOPX začenjamo z dvema predstavitvenima moduloma že v letu 2014:

1. MODUL	2. MODUL
PREDAVATELJA: Marja Feldin in Fedja Hvastija	**PREDAVATELJA:** Darko Dujič in Petra Oseli
MARKETINŠKI PLAN IN MARKETINŠKA UČINKOVITOST	**V PORABNIKA USMERJEN MARKETING IN SEGMENTACIJA**
1. Marketing kot del poslovnega načrta 2. Od poslovne strategije do marketinškega načrta in ciljev 3. Merjenje učinkovitosti 4. Povratna zanka nazaj v poslovni in marketinški načrt	1. Temeljni koncept v uporabnika usmerjenega marketinga 2. Opredelitev trga na katerem delujemo 3. Vrste in pristop k segmentaciji porabnikov
6. november 2014	2. december 2014
CENA: **129 € + DDV**	CENA: **129 € + DDV**
BREZPLAČNO ZA ČLANE DMS	**BREZPLAČNO** ZA ČLANE DMS

1 modul = 2 šolski uri predavanj + 2 šolski uri dela v skupinah, od 16:00-19:30

Zaradi zagotavljanja kakovosti izvedbe je število udeležencev omejeno.

* Predstavljeni moduli programa MarketingTOPX se nanašajo na obdobje 2014/2015. Dovoljujemo si možnost spremembe naslovov.



Ključne aktivnosti in projekti v 2014

TRŽENJSKI MONITOR DMS – POMLAD 2014

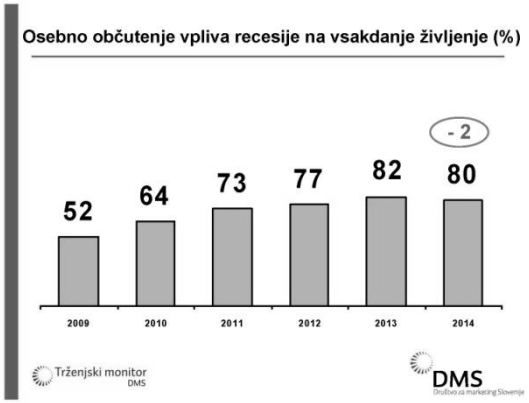
"Potrošnji se nakazujejo boljši časi."

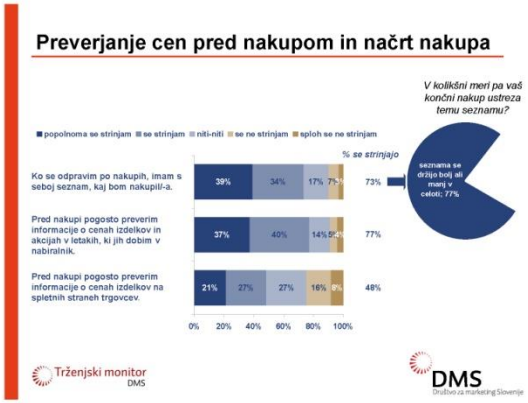
"Indikatorji vračajo zaznave na raven iz leta 2011."

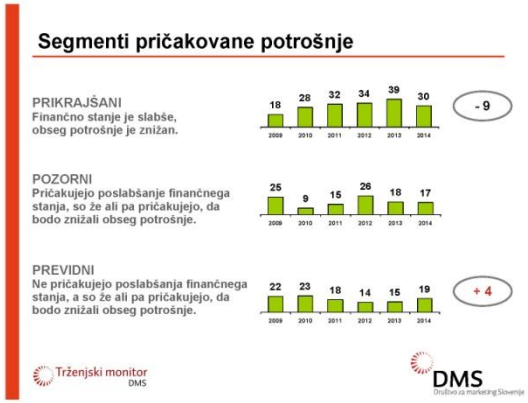
"Delovna mesta se zdijo bolj varna kot pred letom dni."

"Najbolj občutno se je izboljšala ocena finančnega stanja."

"Manjši delež ljudi poroča o znižanju plače, manj jih tudi pričakuje znižanje."



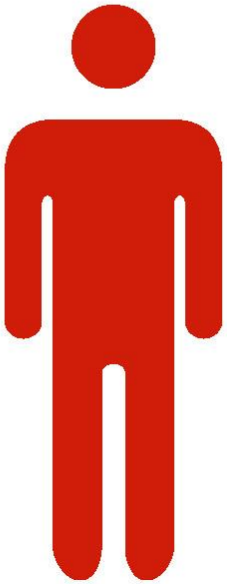




Ključne aktivnosti in projekti v 2014

MIND WIDE OPEN
RAZISKAVA MED MARKETINŠKIMI DIREKTORJI V SLOVENIJI

Pristop v sodelovanju z Društvom za marketing Slovenije, Bisnode in Ekonomsko fakulteto.



"Slovenski marketing ne prisluhne dovolj kupcu"

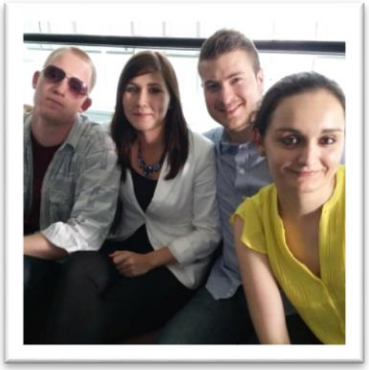
"Slovenski marketing je neodločen pri uvajanju naprednih digitalnih tehnologij."

"Slovenski marketing s težavo opravičuje dodano vrednost marketinških aktivnosti kot poslovne funkcije."

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Ključne aktivnosti in projekti v 2014

Študentska sekcija
(ŠSDMS)



ŠSDMS DOGODKI

ADVERTIZZIV (Robert Bohinec, Aljoša Kous)

D'BRIF (Mind Wide Open)

ELIPSA (okrogla miza)

ADWORDS AKADEMIJA (Andraž Štalec)

DELOVNI VIKEND FANFARE

OBISK PODJETJA (Formitas)

7. FANFARA – ŠTUDENTSKA MARKETINŠKA KONFERENCA

20 LET ŠSDMS

YUGO CHALLENGE

	ŠSDMS	Fanfara
facebook	1.432 +	2.137
	527 +	832
MailChimp	1.950	

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
5	15	40	55	60	75	80	100	120

Ključne aktivnosti in projekti v 2014

PODELJENE NAGRADE

Nagrada marketinški direktor leta

Od leta 2007

23 finalistov

8 marketinških direktorjev leta

Nagrada marketinški up

Od leta 2001

24 mladih marketinških upov

SPORTO nagrada

8 nagrad v 2012

6 nagrad v 2013

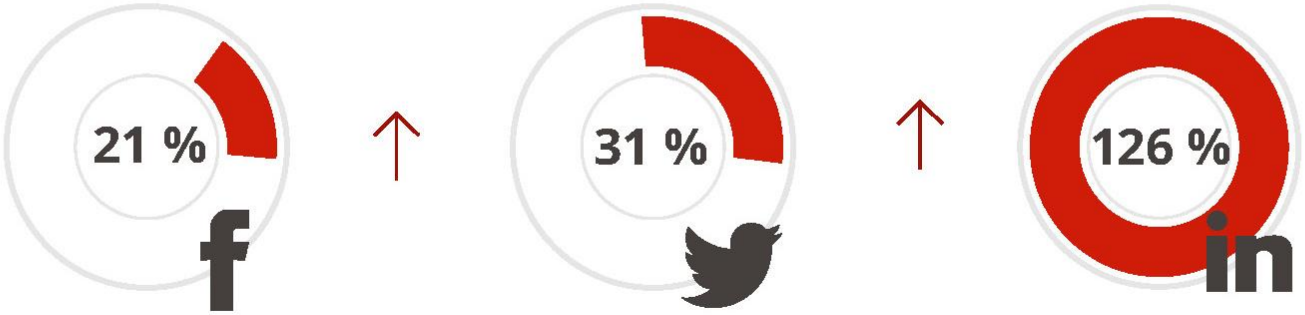
7 nagrad v 2014

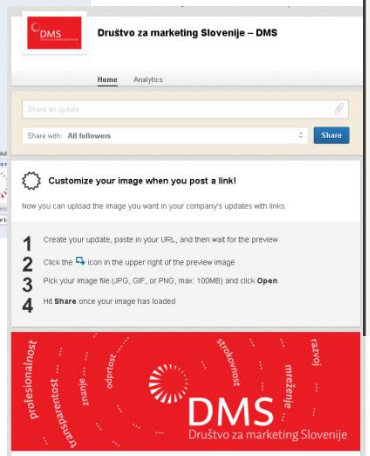
Napovedujemo nagrado
MARKETINŠKA ODLIČNOST

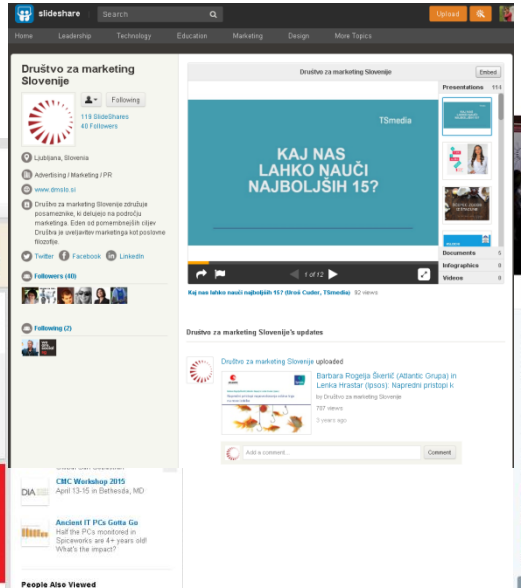
Ključne aktivnosti v 2014

Rast v letu 2014 glede na 2013

DMS DRUŽBENA OMREŽJA







Zbor članov DMS

2. Načrt dela za leto 2015

ČLANSTVO V DMS	20. SMK	40 LET DMS	Marketing TOPX
MARKETINŠKI FOKUSI	MESEČNA SREČANJA DMS	8. FANFARA	NOVA SEKCIJA: DIREKTNI MARKETING
TRŽENJSKI MONITOR DMS	MIND WIDE OPEN	SPORTO NAGRADA	MARKETINŠKA ODLIČNOST

Zbor članov DMS

NOV ČLANSKI SISTEM

OSNOVNI NIVO	NAPREDNI NIVO	STRATEŠKI NIVO
TEMELJNA ZNANJA O SODOBNEM MARKETINGU IN MARKETINŠKIH TRENDIH - obveščanje o aktualnih dogodkih - dostop do raziskav in gradiv - 9 mesečnih srečanj - 4 srečanja sekcije za B2B marketing - posebne cene za dogodke - NOVA SEKCIJA: direktni marketing	POGLOBLJENO MARKETINŠKO ZNANJE ZA VODENJE MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI - obveščanje o aktualnih dogodkih - dostop do raziskav in gradiv - 9 mesečnih srečanj - 4 srečanja sekcije za B2B marketing - posebne cene za dogodke - NOVA SEKCIJA: direktni marketing	POGLOBLJENO MARKETINŠKO ZNANJE ZA VODENJE MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI - obveščanje o aktualnih dogodkih - dostop do raziskav in gradiv - 9 mesečnih srečanj - 4 srečanja sekcije za B2B marketing - posebne cene za dogodke - NOVA SEKCIJA: direktni marketing
1 x Marketing TOPX	4 x Marketing TOPX + DOSTOP do razširjenih analiz + Klub marketinških direktorjev + DODATNE UGODNOSTI na dogodkih Poslovne Akademije	10 x Marketing TOPX + DOSTOP do razširjenih analiz + Klub marketinških direktorjev + DODATNE UGODNOSTI na dogodkih Poslovne Akademije
min. 30 UR izobraževanj	min. 46 UR izobraževanj	min. 70 UR izobraževanj
90 € + DDV	240 € + DDV	390 € + DDV

Zbor članov DMS

KOLEDAR DOGODKOV 2015

FEBRUAR 2015

02.02. - MESEČNO SREČANJE: Direktni marketing

16.02. - ZBOR ČLANOV DMS

17.02. - MARKETING TOPX: VSEBINSKI MARKETING

SPOZNAVNO SREČANJE NOVIH ČLANOV DMS

23.02. - SEKCIJA ZA B2B MARKETING

MAREC 2015

02.03. - MESEČNO SREČANJE: Real time bidding/Programatic Buying

23.03. - MARKETING TOPX: SINERGIJA MARKETINGA IN PRODAJE

20. SMK: 1. PREDPRIJAVE (-20 %)

DAN DIREKTNEGA MARKETINGA

KLUB MARKETINŠKIH DIREKTORJEV

30.03. - MESEČNO SREČANJE: Transformacija marketinških agencij

APRIL 2015

SEKCIJA ZA DIREKTNI MARKETING

14.04. - MARKETINŠKI FOKUS

15.04. - FANFARA 2015: Študentska marketinška konferenca

MARKETING TOPX: MARKETINŠKA ANALITIKA IN METRIKE

20. SMK: 2. PREDPRIJAVE (-10 %)

SEKCIJA ZA B2B MARKETING

20.04. - MESEČNO SREČANJE: Trženjski monitor DMS

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Zbor članov DMS

KOLEDAR DOGODKOV 2015

MAJ 2015

MARKETING TOPX: UČINKOVITE MARKETINŠKE TAKTIKE

KLUB MARKETINŠKIH DIREKTORJEV

SEKCIJA ZA B2B MARKETING

18.05. - MESEČNO SREČANJE: Vrednost marketinga v podjetjih in predstavitev nagrade MO

26.-27.05. - 20. SLOVENSKA MARKETINŠKA KONFERENCA

26.05. - MARKETINŠKA ODLIČNOST 2015

26.05. - MARKETINŠKI UP 2015

JUNIJ 2015

MARKETING TOPX: MARKETING IN POVEZOVANJE Z OSTALIMI FUNKCIJAMI V PODJETJU

10.06. - MARKETINŠKI FOKUS

15.06. - ZBOR ČLANOV DMS

15.06. - MESEČNO SREČANJE: Design Thinking

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Zbor članov DMS

KOLEDAR DOGODKOV 2015

SEPTEMBER 2015

MARKETING TOPX: MARKETINŠKI PLAN IN MARKETINŠKA UČINKOVITOST

SPOZNAVNO SREČANJE NOVIH ČLANOV DMS

SEKCIJA ZA B2B MARKETING

SEKCIJA ZA DIREKTNI MARKETING

MARKETINŠKI FOKUS

28.09. - MESEČNO SREČANJE: Športni marketing

OKTOBER 2015

MARKETING TOPX: PRICING

26.10. - MESEČNO SREČANJE: Value based marketing

NOVEMBER 2015

MARKETING TOPX: VEDENJE PORABNIKOV

MARKETINŠKI FOKUS

KLUB MARKETINŠKIH DIREKTORJEV

19.-20.11. - SPORTO NAGRADA 2015

30.11. - MESEČNO SREČANJE: Psihologija / vedenje porabnikov / nevromarketing

DECEMBER 2015

MARKETING TOPX: V PORABNIKA USMERJEN MARKETING IN SEGMENTACIJA

MESEČNO SREČANJE: Razvoj in marketing

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Zbor članov DMS

3. Izvolitev 2 nadomestnih članov upravnega odbora za obdobje 2014-2017

- 2 člana upravnega odbora, **Mojca Avšič** in **Matej Golob**, sta zaradi osebnih razlogov **izstopila** kot člana upravnega odbora DMS.
- V oktobru 2014 smo objavili razpis za 1 nadomestnega člana UO DMS, vendar korespondenčne volitve niso uspele. Razpis smo ponovili januarja 2015.
- Na razpis za člana upravnega odbora je v roku prispelo **7 popolnih prijav**.
- Vsi člani so pred Zborom članov prejeli predstavitve in zapisane vizije razvoja Društva vseh kandidatov, zato se bodo kandidati predstavili le s kratko osebno predstavitvijo (max 2 minuti).
- Glasovalno pravico imate le člani DMS, ki morate imeti na dan zbora članov plačano članarino za leto 2015.
- Glasujejo lahko le člani, prisotni na občnem zboru.
- Vsak član DMS je prejel oštevilčen glasovalni listič, na katerem lahko izbere **do 2 kandidata**.
- Glasove oddate v škatlo na mizi. Po oddanih glasovih bomo do zaključka zbora članov prešteli glasove in razglasili 2 nadomestna člana upravnega odbora DMS za obdobje 2014-2017.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Zbor članov DMS

3. Izvolitev 2 nadomestnih članov upravnega odbora za obdobje 2014-2017

Za nadomestne člane upravnega odbora DMS za obdobje 2014-2017 kandidirajo:

- **Maja Golob**
- **Fedja Hvastija**
- **Damjan Kosec**
- **Lea Lipovšek**
- **Petra Oseli**
- **Lovro Peterlin**
- **Špela Žorž**

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Zbor članov DMS

4. Razno

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Zbor članov DMS

Hvala.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

DMS

Društvo za marketing Slovenije

Slovenian Marketing Association

Izvolitev 2 nadomestnih članov UO DMS

Izvolitev 2 nadomestnih članov UO DMS

Za nadomestne člane upravnega odbora DMS za obdobje 2014-2017 kandidirajo:

- **Maja Golob**
- **Fedja Hvastija**
- **Damjan Kosec**
- **Lea Lipovšek**
- **Petra Oseli**
- **Lovro Peterlin**
- **Špela Žorž**

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Maja Golob

Maja Golob, strategy & new business development, Spago

Maja z marketingom živi in diha že 23 let. Poslovno pot je kot univerzitetna diplomirana ekonomistka začela v podjetju Studio Moderna kot ena prvih sodelavk v ekipi Sandija Češka, s katero je postavil temelje danes največji družbi za direktni marketing v Evropi. V desetih letih je prehodila pot od brand managerja, vodje direktnega marketinga do direktorice marketinga za 11 držav srednje in vzhodne Evrope. In ker je verjela, da je prihodnost marketinga v ustvarjanju 1:1 odnosov s strankami, je s partnerjem leta 2002 ustanovila Spago, agencijo za direktni marketing. Uglednim slovenskim in mednarodnim podjetjem pomaga odkriti neizkoriščene (notranje) potenciale, njihove marketinške aktivnosti pa preoblikovati v stroškovno učinkovite, dobičkonosne poslovne modele. Osredotočenost na izboljšanje ROMI jim je poleg uglednih naročnikov (Lek, Si.mobil, Mercator, Zavarovalnica Triglav, Telekom, Bisnode ...) prinesla tudi nagrado EFFIE.

Pridobljeno znanje in izkušnje deli na strokovnih dogodkih in v člankih. Je ustanovna članica Združenja za direktni marketing Slovenije, aktivna članica Društva za marketing Slovenije, Združenja manager in podjetniške mreže CEED, v prostem času pa 100 % mama živahne petletnice in nadebudnega triletnika, ki sta neizmeren vir pozitivne energije in novih idej.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Fedja Hvastija

Fedja Hvastija, Chief Strategist, FrodX

Fedja je vodja strategije v podjetju FrodX, ki podjetjem v regiji pomaga pri preobrazbi produktnega razvoja, marketinških in prodajnih procesov v sodobne pristope, ki ustrezajo spremenjenim nakupnim navadam. Strankam svetuje predvsem na področjih digitalne marketinške komunikacije, razumevanja nakupnih procesov in procesih za optimizacijo digitalnega marketinga.

Pred tem je bil vodja digitalnega marketinga in prodaje v podjetju Euro Plus d.o.o., proizvajalcu programske opreme NiceLabel. Digitalni marketing je pod njegovim vodstvom slonel na integraciji najsodobnejših orodij, dnevni analitiki, stalnem testiranju in avtomatizaciji "osebnega" marketinga do posamezne stranke.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Damjan Kosec

mag. Damjan Kosec, strokovni direktor, S&TLabs Innovations

Damjan je v zadnjih 13 letih delovanja pri vodilnem IT - podjetju S&T Slovenija d.d. razvil, vodil in zaključil 42 projektov, od katerih so bili nekateri zelo kompleksni in vredni več milijonov evrov. Damjan se ukvarja predvsem s povečanjem in pospeševanjem prodaje prek spleta, mobilnih naprav in družbenih omrežij. Sodeloval je pri razvoju spletnih trgovin za 4 največje trgovce v Sloveniji (Mercator, Merkur, Big Bang, Mladinska knjiga).

V zadnjih letih je pri S&T Slovenija d.d., kot ustanovitelj in strokovni direktor laboratorija za inovacije ter razvoj spletnih in mobilnih informacijskih rešitev, razvijal mobilne inovacije za marketing in prodajo ter uvajal mobilno platformo MEAP. Predaval je na številnih konferencah in dogodkih. Damjan je tudi velik ljubitelj umetnosti in je ustanovitelj in lastnik največje prodajne galerije z umetniškimi slikami v Sloveniji, sloART.si.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Lea Lipovšek

Lea Lipovšek, vodja marketinga, Špica International

Lea je aktivna članica DMS, ki je dala pobudo za ustanovitev B2B sekcije društva in v njej predano sodeluje. Kot vodja marketinga je v podjetju Špica International odgovorna za celoten splet B2B marketinga in odnosov z javnostmi tako za Slovenijo kot mednarodne trge. Ima večletne izkušnje tako v podjetniškem kot v javnem sektorju in ustrezno visoko stopnjo socialnega kapitala.

Njena poslovna pot zajema organizacijo dogodkov Ministrstva za gospodarstvo v okviru predsedovanja Slovenije Evropski uniji, delo v agencijah Pristop, Imelda Ogilvy in Vizuarna, vodenje komuniciranja Kompetenčnega centra Opcomm ter vodenje organizacijskega odbora mednarodnega dogodka Living bits and things. Je ustanovna članica Slovenia international Model United Nations projekta ter aktivna članica AmCham Young Leaders Club-a.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Petra Oseli

Petra Oseli, Key account manager, Valicon

Petra se zadnjih pet let posveča razvoju novih produktov in poslovnih modelov na področju marketinškega svetovanja in analitike, še posebej pa uporabi marketinških informacijskih in analitičnih rešitev za boljše razumevanje strank. Pred Valiconom je te ideje razvijala kot samostojna marketinška svetovalka, pred tem je bila vodja prodaje in CRM projektov v Adacti. Ob tem se že 15 let ukvarja s trženjskim raziskovanjem in preučevanjem (u)porabnikov v storitvenih dejavnostih in predvsem v digitalnem svetu, med drugim pet let v družbi GfK Slovenija.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Lovro Peterlin

Lovro Peterlin, direktor razvoja novih storitev, Studio Moderna in direktor, Linea Directa

Lovro je direktor razvoja novih storitev v največji slovenski multinacionalki Studio Moderna in od leta 2007 tudi direktor sestrskega podjetja Linea Directa – inovativne slovenske agencije za direktni marketing, ki se ukvarja s storitvami multikanalnega marketinga, prodajnimi izobraževanji, neposredno prodajo in upravljanjem popolnih nakupnih izkušenj. Po poklicu je univerzitetni diplomirani politolog, na MIB v Trstu je opravil MBA, končuje pa tudi magistrski študij politologije in komunikologije na FDV v Ljubljani.

Je predsednik Združenja za direktni marketing ter mentor številnim mladim start-up podjetjem, nevladnim organizacijam in podjetnikom ter priznani predavatelj s področja vodenja, prodaje in marketinga. Kot eden redkih Evropejcev je član mednarodne žirije za najprestižnejše globalne nagrade v direktnem marketingu ECHO AWARDS in član programskega sveta Sales Summit. Podjetnik po duši ima dva vzornika, Sandija Češka in Jacka Welcha. Za dosedanje uspešno delo je s strani slovenskega Združenja managerjev prejel ugleden naziv Mladi manager leta 2013.

DMS
Društvo za marketing Slovenije

Špela Žorž

Špela Žorž, direktorica, Grey Ljubljana

Špela je v 15 letih svoje karierne poti dodobra preizkusila dve strani marketinškega trikotnika – agencijsko (Luna\TBWA ter Grey Ljubljana) in naročniško (Renault Slovenija ter Kranjska investicijska družba). Sodelovala je pri upravljanju in ustvarjanju nekaterih največjih slovenskih in tujih blagovnih znamk, kot so Ljubljanske mlekarne, NLB, Pivovarna Laško, Renault, Opel, Gorenje, Bayer, GSK, Wrigley, Zavarovalnica Triglav …

V letih 2006–2010 je bila članica organizacijskega odbora Effie, leta 2012 članica drugostopenjske žirije Effie, aktivna je kot predavateljica (SMK, Fanfara, Marketinški fokusi, DMS srečanja) in avtorica objavljenih člankov in prispevkov (MQ, Zbornik SMK, splet …). Danes je predsednica Effie 2014 in direktorica agencije Grey Ljubljana. V času njenega vodenja od leta 2012 je agencija Grey Ljubljana dosegla opazno rast v sicer slabem ekonomskem ozračju (200 % rast dobička, 40% povečanje zaposlenih), močno okrepila svoj kreativni izraz ter reorganizirala interne procese z namenom ponujanja popolnoma integriranih storitev. Danes je Grey Ljubljana 4. največja agencija na slovenskem trgu.

DMS
Društvo za marketing Slovenije