

KONFERENCE, TORSDAG D. 26. JANUAR 2012

LUKSUSBRANDS

OG DERES VEJ TIL SUCCES I KRISETIDER

Vi befinder os i en omtumlet tid. Krisen kradser, forbrugerne er illoyale og zapper i højere og højere grad væk fra kommercielle budskaber. Luksusbranchen er i farezonen, men hvordan kan luksusbrands styre gennem disse urolige tider og komme styrket ud på den anden side?

Hos IUM giver vi et bud på, hvor forbrugerne er på vej hen, og hvordan luksusbranchen kan øge loyaliteten og samtidig skabe salg.

Vi har inviteret en række internationale specialister, som præsenterer dugfriske og globale analyseresultater og kommer med deres bud på, hvordan virksomheder som din kan udnytte de nye digitale muligheder og skabe de bedste resultater.

Agenda

/ 08.30 - 09:00

KAFFE/CROISSANTER

/ 09.00 - 10:00

**LUKSUSFORBRUGERE
OG DE SOCIALE MEDIER**

v/Lindsey Thomas og Mayuko Haldan, IUM EMEA

Lindsey Thomas og Mayuko Haldan fra IUM EMEA præsenterer dugfriske resultater fra vores internationale Wave 6 analyse. Analysen har siden 2006 taget pulsen på de sociale medier og set på, hvordan teknologien påvirker forbrugeradfærden.

Vi zoomer ind på, hvordan luksusforbrugere bruger de digitale og sociale medier. Og vil ligeledes se på de sociale mediers rolle i købsakten på luksusgoder, for der er meget hype omkring sociale medier, men stadig usikkerhed omkring, hvordan de bruges mest optimalt.

/ 10.00 - 10:30

'BRAND COLLABORATIONS'. A LOVE STORY?

v/Jan Sørensen, Strategy Director hos IUM

Jan Sørensen, Strategy Director hos IUM, præsenterer sit bud på, hvordan design brands kan bruge 'brand collaborations' til at understøtte forskellige formål som at *bonde* med forbrugerne, re-positionere et 'støvet' brand og skabe generel synlighed overfor en given målgruppe.

Hvem kender ikke eksemplet med H&M og deres samarbejde med bl.a. Versace omkring en 'limited edition' kollektion? Jan vil give input til, hvordan man bygger en succesfuld 'brand collaboration' strategi, og hvordan man får mest mulig value for money.

/ 10.30 - 10:45

KAFFE OG NETWORKING

/ 10.45 - 11:45

**LUKSUSPRODUKTERNES
OFFLINE- OG ONLINELIV**

v/Linda Hauer, Lagardère Global Advertising

Linda Hauer fra Lagardère Global Advertising præsenterer de seneste resultater af deres globale luksusanalyse med fokus på Europa, Asien og USA. Linda vil give indsigt i, hvad der rører sig på disse markeder, hvordan forbrugerne reagerer på den økonomiske krise, og hvordan krisen har indflydelse på forbruget af luksusprodukter.

Hun vil gå ind i, hvad der i forbrugernes øjne er 'luksus', hvad de forventer af luksusbrands generelt og af selve købsoplevelsen i såvel den fysiske butik som onlinebutikken. Til sidst vil vi zoom ind på de digitale mediers penetration, rolle og vigtighed i forhold til luksus kategorien. Her vil vi bl.a. give svar på, hvad der motiverer folk til at købe online og hvilke platforme og services de bruger.

SÅDAN KOMMER DU GRATIS MED

Arrangementet er gratis, men pladsen er begrænset, så send din tilmelding i dag via <http://tilmelding.ium.dk>

Tilmelding er bindende. Arrangementet foregår hos IUM, Skt. Petri Passage 5, 2. sal · 1165 København K

IUM er et internationalt mediebyrå, som gennem de senere år har haft stor succes med at tiltrække danske firmaer med internationalt fokus på især mode, skønhed og design. Vi har en afdeling af specialister, som primært arbejder med markedsføring af danske virksomheder på den internationale scene. Det giver os en indgående forståelse for lokale markeds- og medieforhold, målgruppe- indsigter og kendskab til de udfordringer, som danske virksomheder møder, når de kommunikerer internationalt.

IUM