

06.06.2014

Content in 4.0 marketing era

The newest 2014 trend became the theme of this year's Filmteractive. In September, world's experts will prove content to be the future of marketing.

Filmmakers, transmedia producers, representatives of global brands, new media experts and marketers are meeting 24 September to study cases and discuss how to use the infallible power of content marketing. Three former versions of the conference gathered noble speakers from, among other: Germany, UK, Lithuania, Estonia, Finland, Netherlands and France. Their participation in Filmteractive 2014 have announced:

Joe Pulizzi – cofounder Content Marketing Institute, USA; coauthor and author of books: *Get Content Get Customers*, *Managing Content Marketing* and *Epic Content Marketing* which gained the title of one of best 5 business books, awarded by *Fortune Magazine*

Bernhard Hafenscher – RedBull Media House, Austria; Head of Commercial Distribution manages multiplatform production company focused on sports, culture and lifestyle. They specialize in production of audiovisual materials and will even take a cosmos flight to get some interesting content (with Red Bull Stratos for Red Bull).

Bettina Baumgärtner – LEGO, Germany; Integrated Marketing Manager who will prove LEGO is more than just blocks but, first of all, blocks.

Although Lego the Movie, Lego Club, Legoland, Lego apps and cartoons are "just" an addition to the main product, it's worth emphasizing they all constitute an individual, valuable content produced to increase the sales of blocks, says Olgierd Cygan, Digital One CEO. This type of solution, pure content marketing, helps to understand how market trends develop into effective and valuable (mainly for the customers) projects.

Conference is an opportunity to gain some theoretical knowledge and get to know most interesting cases of innovative marketing projects from the area of film, cross media and digital content. Find more on www.filmteractive.eu

Special Spring prize of Filmteractive Market and Festival pass – only till 17 June.

We have created a social profile Filmteractive Network, www.network.filmteractive.eu dedicated to the participants of Filmteractive.

The event is organized by interactive agency [Digital One](#), [Media Klaster Foundation](#) and Łódź Film School. M&MP is the media patron of Filmteractive.

06.06.2014

Content w erze marketingu 4.0

Najnowszy trend 2014 roku zrywający z tradycyjną formą reklamy stał się tematem przewodnim tegorocznej konferencji Filminteractive. We wrześniu w Łódzkiej Filmówce światowi eksperci udowodnią, dlaczego content to przyszłość marketingu.

Filmowcy, producenci transmediowi, przedstawiciele globalnych marek, eksperci w dziedzinie nowych mediów i marketerzy spotkają się 24 września, by na podstawie prezentowanych case studies omówić, jak korzystać z niezawodnej mocy content marketingu. Trzy poprzednie edycje wydarzenia przyciągnęły setki gości oraz uznanych prelegentów m.in. z Niemiec, UK, Litwy, Estonii, Finlandii, Holandii czy Francji. Na Filminteractive Conference 2014 swój udział zapowiedzieli m.in.:

Joe Pulizzi – współzałożyciel Content Marketing Institute, USA; współautor oraz autor książek: *Get Content Get Customers*, *Managing Content Marketing*, jak i *Epic Content Marketing*, która uzyskała tytuł jednej z pięciu najlepszych książek o tematyce biznesowej, nadany przez „Fortune magazine”.

Bernhard Hafenscher – RedBull Media House, Austria; jako Head of Commercial Distribution zarządza multiplatformową firmą produkcyjną, skupioną wokół sportów, kultury i lifestyle’u, wyspecjalizowaną w produkcji materiałów audiowizualnych: dla wartościowych treści leci nawet w kosmos (z Red Bull Stratos dla marki Red Bull).

Bettina Baumgärtner – LEGO, Niemcy; Intergrated Marketing Manager udawadniająca, że Lego to nie tylko, ale jednak przede wszystkim klocki.

Choć Lego the Movie, Lego Club, Legoland, Lego aplikacje i krótkometrażowe filmy animowane to „tylko” dodatek do produktu, warto podkreślić, że stanowi samodzielną, wartościową treść, powstającą po to, żeby sprzedaż klocków rosła – mówi Olgierd Cygan, CEO Digital One – Tego typu rozwiązania - content marketingu w czystej postaci - pozwalają zrozumieć, jak rynkowe trendy przeistaczają się w efektywne i wartościowe, przede wszystkim dla konsumenta, projekt.

Konferencja to okazja, by zdobyć wiedzę teoretyczną oraz poznać najciekawsze przykłady innowacyjnych projektów marketingowych z obszaru filmu, cross mediów, jak i digital content.

Wejściówki w specjalnej, wiosennej cenie na Filminteractive Conference, które uprawniają również do wstępu na Market i Festival można kupić tylko do 17 czerwca.

Na potrzeby uczestników wydarzenia stworzony został dedykowany profil społecznościowy Filminteractive Network (www.network.filminteractive.eu), który zrzesza twórców oraz content buyerów.

Imprezę organizuje agencja interaktywna [Digital One](#), [Fundacja Media Klaster](#) oraz [Szkoła Filmowa w Łodzi](#). M&MP jest patronem medialnym Filminteractive.