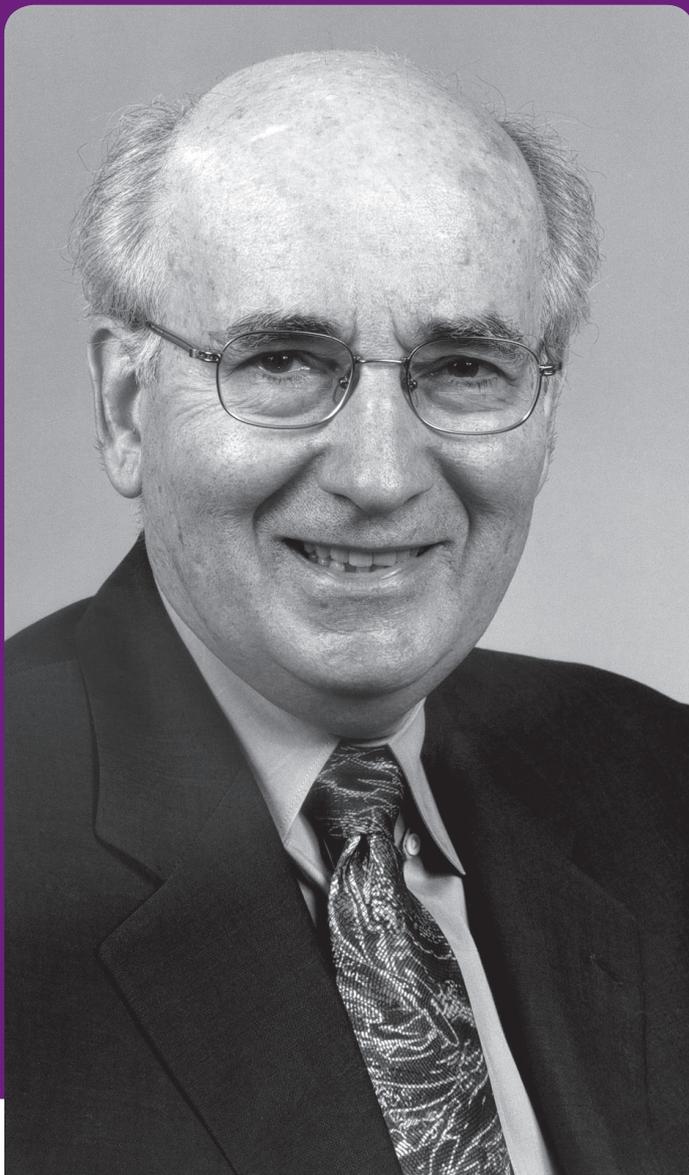


# Kotler Philip

live in Prague again



Winning Marketing Ideas  
to Escape the Economic  
Hardship

Zajímavé marketingové  
úvahy a spolehlivé tipy,  
jak přežít současné  
ekonomické bouře

Summit IIR

19. 11. 2010

Prague Marriott Hotel

*Know how to achieve*

*Institute for International Research*



IIR

an **informa** business

Vážení manažeři a marketéři,

od května 2006, kdy jsem se s Vámi naposledy setkal, se toho hodně odehrálo. Svět se zřítíl do propasti finanční krize a firmy se potýkají s těžkým rozhodováním, které doprovází obrovská míra nejistoty. Je tu Čína, která dokáže vyrábět při nepřekonatelně nižších nákladech. Většina produktů trpí sílící „komodizací“ a podniky hledají nové cesty, jak svou nabídku odlišit. Organizace se musí naučit využívat nová sociální média k oslovování zákazníků, kteří k získávání informací a nakupování používají Internet. Musí zapojit zdroje, aby posílily svou značku a dokázaly tak „činit z davu“. To vše v situaci, kdy manažeři zkoumají každou položku v rozpočtu a jsou připraveni vyškrtnout všechno, co nelze obhájit dobrou návratností.

Mohu Vám nabídnout spolehlivé a seriózní náměty, jak ve firmě posilovat prvky proaktivity a strategického směřování, jak budovat firmu, která předvídá změny, definuje nové příležitosti a využívá je dříve než konkurenti, firmu, která formuje svůj trh a růst. Společnosti jako Apple, Nike, Ikea, DuPont, Pfizer a další dokázaly, že pohotová a bdělá organizace nejen reaguje na to, co se děje, ale zároveň utváří svou budoucnost.

Přiveďte své kolegy a mohu Vám téměř zaručit, že budete odcházet osvěženi a povzbuzeni novými podněty.

Philip Kotler

S. C. Johnson Distinguished Professor of International Marketing  
Kellogg School of Management  
Northwestern University

Dear Czech Managers and Marketers:

Much has happened since I spoke to many of you in May, 2006. Since then, the world plunged into a financial meltdown and companies are scrambling to make tough decisions in the face of high uncertainty. Then there is China that can produce many products at lower costs than anyone else. And most products are suffering from growing "commoditization" and companies are desperate to find new ways to differentiate their offerings. Companies have to learn how to use the new social media to reach customers who use the Internet to get their information and make their buying decisions. Companies need to use their funds to strengthen their brand power to stand out from the crowd. Yet management is scrutinizing all budgets and ready to cut those that its managers cannot defend as yielding a good return on investment.

I can offer sound ideas on how you can become a more proactive and strategic company, one that can anticipate changes, identify new opportunities, exploit them before your competitors do, and shape your market and your growth. Companies such as Apple, Nike, Ikea, DuPont, Pfizer and others have shown that alert companies not only react to events but anticipate and shape their futures.

Bring your colleagues and I can almost guarantee that your team will leave with fresh and exciting new ideas.

Philip Kotler

S. C. Johnson Distinguished Professor of International Marketing  
Kellogg School of Management  
Northwestern University



**Teleperformance**

Partner summitu

Teleperformance Česká republika a Slovensko je součástí skupiny Teleperformance, globálního lídra v poskytování služeb call center na světě. Teleperformance je jedním z předních poskytovatelů služeb call centra, CRM a internetových služeb v České a Slovenské republice s kapacitou téměř 450 operátorských pracovišť. Díky sofistikované technologii s profesionálně školenými odborníky poskytuje služby, které pokrývají komplexní proces tvorby a udržování osobních vazeb mezi Vaší značkou a Vašimi zákazníky.

# Winning Marketing Ideas to Escape the Economic Hardship

## JAK OBSTÁT V TĚŽKÝCH DOBÁCH

- Stěžejní síly, které ovlivňují podnikání a marketing
- Marketing je třeba přepracovat
- Potřeba dvou marketingových oddělení
- Uplatňování myšlenek Marketingu 3.0

## NA KÁVOVOU PŘESTÁVKU VAS ZVE



**Teleperformance**

## BUDOVÁNÍ SILNÝCH ZNAČEK

- Problém příliš mnoha značek
- Cesta k budování značky
- Sledování hodnoty značky

## POSILOVÁNÍ DOBRÉHO JMÉNA FIRMY

- Hodnocení stavu z hlediska šesti prvků reputace
- Odpovědnost podniků vůči společnosti (Corporate Social Responsibility)
- Jak se stát váženou a prosperující firmou

## PANELOVÁ DISKUZE NA TÉMA MARKETINGU V ČESKÉ REPUBLICCE

- Myšlenky profesora Kotlera a jejich uplatnitelnost v České republice
- Obecné úvahy o překážkách i příležitostech dalšího pozitivního rozvoje

## SHRNUTÍ HLAVNÍCH MYŠLENEK A ZÁVĚRY

Každý účastník obdrží nejnovější knihu **Philipa Kotlera „Chaotika“**. Vystoupení bude simultánně tlumočeno do češtiny.

## DEALING WITH THE HARD TIMES

- Major forces affecting business and marketing
- Marketing needs to be re-invented
- You need two marketing departments
- Applying the ideas of Marketing 3.0

## COFFEE BREAK SPONSOR

## BUILDING STRONG BRANDS

- The curse of too many brands
- Steps in building your brand
- Tracking your brand's equity

## IMPROVING YOUR COMPANY'S REPUTATION

- Assessing your standing on six components of reputation
- Engaging in corporate social responsibility (CSR)
- Becoming an admired and profitable company

## PANEL DISCUSSION ON MARKETING IN THE CZECH REPUBLIC

- Assessing Kotler's ideas and their applicability in the Czech Republic
- Broad considerations of the barriers to progress as well as the opportunities

## SUMMARY OF THE MAIN IDEAS AND CONCLUSIONS

# Philip Kotler

Philip Kotler je profesorem mezinárodního marketingu S. C. Johnson & Son na Kellogg School of Management na Northwestern University ve státě Illinois. Kellogg byla v rámci hodnocení amerických ekonomických škol šestkrát vyznamenána časopisem Business Week titulem „Best Business School“ a je také považována za nejlepší obchodní školu ve výuce marketingu. O úspěch Kelloggu se svým dlouholetým výzkumem a pedagogickou praxí významnou měrou zasloužil právě profesor Kotler.

Profesor Kotler je autorem titulů: Marketing Management: Analýza, plánování, realizace a kontrola (nejpoužívanější marketingové učebnice na ekonomických školách po celém světě); Principy marketingu; Marketingové modely; Strategický marketing pro neziskové organizace; Nová soutěž; Vysoká viditelnost; Sociální marketing; Marketingová místa; Marketing pro kongregace; Marketing pro pohostinství a cestovní ruch; Marketing národů; Marketing podle Kotlera a dalších.

Profesor Kotler je prvním držitelem ocenění „Distinguished Marketing Educator Award“, které uděluje Americká marketingová asociace (AMA) za pedagogickou činnost v oblasti marketingu (1985). Akademičtí členové AMA mu na základě ankety v roce 1975 udělili titul „Leader in Marketing Thought“. V roce 1978 získal za svůj tvůrčí přínos v oblasti marketingu cenu AMA „Paul Converse Award“ a v roce 1989 obdržel Výroční cenu Charlese Coolidge Parlina za výzkumnou činnost v oblasti marketingu. V roce 1995 ho Mezinárodní výbor obchodních a marketingových ředitelů (SMEI) jmenoval marketingovou osobností roku. Je držitelem 12 čestných titulů od amerických i světových univerzit.

Profesor Kotler působil jako konzultant marketingové strategie a plánování, marketingové organizace a mezinárodního marketingu u mnoha významných společností, jako například IBM, General Electric, AT&T, Honeywell, Bank of America, Merck a jiných.

Philip Kotler is the S.C. Johnson & Son Distinguished Professor of International Marketing at the Kellogg School of Management, Northwestern University, Illinois. Kellogg was voted the Best Business School on six different years in Business Week's survey of U.S. business schools. It is also rated as the Best Business School for the Teaching of Marketing. Professor Kotler has significantly contributed to Kellogg's success through his many years of research and teaching there.

Professor Kotler is the author of Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (13<sup>th</sup> edition), the most widely used marketing book in graduate business schools worldwide; Principles of Marketing; Marketing Models; Strategic Marketing for Non Profit Organizations; The New Competition; High Visibility; Social Marketing; Marketing Places; Marketing for Congregations; Marketing for Hospitality and Tourism; The Marketing of Nations; and Kotler on Marketing.

Professor Kotler was the first recipient of the American Marketing Association's (AMA) „Distinguished Marketing Educator Award“ in 1985. He was chosen as the „Leader in Marketing Thought“ by the Academic Members of the AMA in a 1975 survey. Philip Kotler also received the 1978 „Paul Converse Award“ of the AMA, honoring his original contribution to marketing. In 1989, he received the Annual Charles Coolidge Parlin Marketing Research Award. In 1995, the Sales and Marketing Executives International (SMEI) named him „Marketer of the Year.“ He has received honorary degrees from 12 universities here and abroad.

Professor Kotler has consulted for such companies as IBM, General Electric, AT&T, Honeywell, Bank of America, Merck and others in the areas of marketing strategy and planning, marketing organization and international marketing.

## Profesor Kotler ve své prezentaci sleduje tyto konkrétní cíle:

- Pomoci manažerům a marketérům v jejich snaze řešit nové výzvy a příležitosti včetně globalizace, nových sociálních médií a omezování rozpočtu na marketing.
- Podpořit marketingové manažery v hledání nových podnětů a možností, jak postupovat v oblasti inovace hodnot a jak si zajistit věrné příznivce, kteří budou intenzivně šířit dobré jméno firmy prostřednictvím přechodu na Marketing 3.0.
- Ukázat úspěšné cesty, které spočívají v začlenění společenské odpovědnosti a ochrany životního prostředí do marketingového a manažerského rozhodování.

## Specific objectives Mr. Kotler 's presentation:

- Help managers and marketers cope with several new challenges and opportunities including globalization, new social media, marketing budget reduction, etc.
- Help marketers find new ideas, pursue value innovation, and create loyal fans and strong word of mouth by moving to Marketing 3.0.
- Show how to win through incorporating social responsibility and environmental concerns into marketing and management decision making.

## Spojte firemní prezentaci a vzdělávání zaměstnanců!

Objednejte si „CORPORATE TABLE“, umožněte účast většímu počtu zaměstnanců za příznivé ceny, prezentujete logo Vaší společnosti na summitu.

Informace: Z. Bláhová  
mobil: +420 731 412 251 | e-mail: zuzana.blahova@konference.cz

## Connect Corporate Presentation with Employee Education!

Order the “CORPORATE TABLE”, which enables the participation of a larger number of employees at favourable prices, present your corporate logo at the summit.

Further information from: Z. Bláhová  
mobile: +420 731 412 251 | e-mail: zuzana.blahova@konference.cz

Hlavní mediální partner 



Marketing & komunikace



Mediální partneři



S podporou:



Deutsch-Österreichische Industrie- und Handelskammer  
Česko-německá obchodní a průmyslová komora



## PROSÍME, VYPLŇTE ÚDAJE PRO REGISTRACI:

Ano, zúčastním se  **Summitu: Philip Kotler Live in Prague again**

Kód summitu:

příjmení  křestní jméno

pozice  oddělení

tel/fax  e-mail

firma

IČO  DIČ

ulice/poštovní příhrádka

město/PSČ

oblast podnikání

datum  podpis

## ÚČASTNICKÝ POPLATEK

	cena	sleva
přihláška do 31. 10. 2010	21 995 Kč + DPH	3 000,-
přihláška od 1. 11. 2010	24 995 Kč + DPH	

10% sleva pro 2 účastníky, 15% sleva pro 3–4 účastníky, 20% sleva pro 5–6 účastníků, 30% sleva pro 7 a více účastníků z jedné firmy na summitu!

Po obdržení Vaší přihlášky dostanete do 14 dnů písemné potvrzení o přihlášení. Uvedenou částku poukažte, prosím, po obdržení faktury na uvedené konto v České republice. Prosíme – uveďte bezpodmínečně na svrzku o zaplacení: variabilní symbol, jméno účastníka a firmy a kód summitu C1100. Uvedenou částku zaplaťte, prosím, před začátkem summitu. Přístup na summit může být umožněn jen tehdy, došla-li platba na naše konto. Při zaplacení účastnického poplatku později než 14 dní před začátkem summitu Vás prosíme o předložení kopie dokladu o zaplacení v konferenčním sekretariátu.

## ODSTOUPENÍ

Tato přihláška je závazná. Při stornování přihlášky vybíráme manipulační poplatek 3 000 Kč. Při odhlášení později než 14 dní před zahájením summitu bude splatný celý účastnický poplatek. Zastoupení účastníka je samozřejmě možné. Pořadatel summitu si vyhrazuje z naléhavých důvodů nárok na změny programu. Ubytování není zahrnuto v ceně. Program vytištěn dne 25. 8. 2010.

## TERMS/MÍSTO KONÁNÍ SUMMITU/ TERMÍNY

**Summit:** Philip Kotler Live in Prague again

Friday 19<sup>th</sup> November 2010, 9.30–16.15

**Location:** Prague Marriott Hotel, V Celnici 8 111 21 Praha 1

Tel: +420 222 888 888, fax: +420 222 888 889, prague.marriott@marriott.cz

## IIR CONTACTS/KONTAKTY

**Registration**

**Summit content**

Dr. Zuzana Bláhová

[konference@konference.cz](mailto:konference@konference.cz)

[zuzana.blahova@konference.cz](mailto:zuzana.blahova@konference.cz)

+420 222 074 555

+420 222 074 501

## PLEASE FILL IN THE REGISTRATION FORM:

Yes, I attend  **Summit: Philip Kotler Live in Prague again**

Summit Code:

Family Name  First Name

Job Title  Department

Tel/Fax  E-mail

Company

Identification number  Tax identification number

Address

Postcode/State

Nature of Company's business

date  signature

## SUMMIT FEE

	Price	Save
Book before 31. 10. 2010	889 € + VAT	120 €
Book after 1. 11. 2010	1009 € + VAT	

10% price reduction for 2 delegates, 15% price reduction for 3–4 delegates, 20% price reduction for 5–6 delegates, 30% price reduction for more than 7 delegates from the same company!

Within 14 days following our reception of your application, you will receive a written confirmation of your enrollment. As soon as you receive our invoice, please transfer the specified sum to the specified account in the Czech Republic. Please make sure that your bank transfer receipt under all circumstances includes the following information: variable symbol, participant's name and company, and the summit code C1100. Please make sure that the specified sum is paid before the commencement of the summit.

## CANCELLATION

This application is binding. In the event that it is cancelled, we collect a cancellation fee of EUR 120. If cancellation is made later than 14 days prior to the commencement of the conference, the entire participation fee is payable. We regret that no refunds can be made after this date. Substitution of conferee is possible. Organizer of Summit appropriates requirement for program change in exigent circumstances. Accommodation is not involved in the price.

V případě, že pro Vaše přihlášení nepoužijete formulář IIR, uveďte, prosím, následující mailkód: **C1100WEB**