

## تپسل راهبری پنل‌های تخصصی نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی ۱۴۰۴ را بر عهده گرفت

همزمان با برگزاری بیست‌ویکمین نمایشگاه بین‌المللی تبلیغات، برندسازی و بازاریابی، شرکت تپسل مدیریت و راهبری پنل‌های تخصصی این رویداد را بر عهده دارد؛ پنل‌هایی که با تمرکز بر روندهای کلیدی تبلیغات و بازاریابی در سال ۱۴۰۴ طراحی شده‌اند و به بررسی تحولات پیش‌روی صنعت تبلیغات در ایران می‌پردازند.

به گزارش خبرگزاری گزارش خبر، همزمان با برگزاری بیست‌ویکمین نمایشگاه بین‌المللی تبلیغات، برندسازی و بازاریابی، شرکت تپسل مدیریت و راهبری پنل‌های تخصصی این رویداد را بر عهده دارد؛ پنل‌هایی که با تمرکز بر روندهای کلیدی تبلیغات و بازاریابی در سال ۱۴۰۴ طراحی شده‌اند و به بررسی تحولات پیش‌روی صنعت تبلیغات در ایران می‌پردازند.

تپسل به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی اکوسیستم تبلیغات دیجیتال کشور، با حضور فعال در بیست‌ویکمین نمایشگاه بین‌المللی تبلیغات، برندسازی، بازاریابی، زنجیره صادرات و صنایع وابسته، نقش محوری در هدایت گفت‌وگوهای تخصصی این رویداد ایفا می‌کند. راهبری پنل‌های تخصصی نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی ۱۴۰۴ با هدف ارائه تصویری واقع‌بینانه از وضعیت بازار، چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی صنعت تبلیغات ایران انجام می‌شود.

یکی از مدیران ارشد تپسل در این باره اعلام کرده است: «نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی ۱۴۰۴ فرصتی برای هم‌افزایی میان برندها، رسانه‌ها و فعالان مارکتینگ است. تلاش ما در طراحی و راهبری پنل‌ها، انتقال تجربه‌های عملی و داده‌محور و کمک به تصمیم‌گیری آگاهانه در شرایط متغیر بازار است.»

در چارچوب برنامه پنل‌های تخصصی این نمایشگاه، نشست‌های متعددی با محوریت تحلیل روندهای بازار و آینده صنعت تبلیغات برگزار می‌شود. در روز ۲۳ آذر ۱۴۰۴، پنل «گزارش بلک فرایدی ۱۴۰۴ تپسل» از ساعت ۱۰ تا ۱۱ با میزبانی نیما محمدحسینی و با حضور رضا حکمت، مدیرعامل واچ‌اوت، عارف شعبانی، هم‌بنیان‌گذار دژینو و آیت شیرمحمدی، مدیر مارکتینگ دیتاک، به‌صورت زنده از رسانه‌های تپسل برگزار می‌شود. این پنل به تحلیل داده‌های عملکردی و رفتار مصرف‌کنندگان در یکی از مهم‌ترین رویدادهای فروش سال اختصاص دارد.

در ادامه همان روز، پنل «بلک فرایدی ۱۴۰۴ از نگاه متخصصین» از ساعت ۱۱ تا ۱۲ با میزبانی نیما محمدحسینی و با حضور محمد لطیفی، مدیر ارشد بازاریابی رمزینکس، علی‌جاء شهربانویی، مشاور و مدرس بازاریابی و تبلیغات و محمدرضا محبوبی، تیم‌لید کمپین تپسی، به بررسی تجربه‌های اجرایی و چالش‌های عملیاتی کمپین‌های فروش پایان سال می‌پردازد.

برنامه پنل‌ها در روز ۲۳ آذر با تمرکز بر موضوعات راهبردی ادامه می‌یابد. پنل «خلاقیت و هوش مصنوعی» از ساعت ۱۴ تا ۱۵ با میزبانی ماکان مهرپویا و با حضور عرفان پروانه، مدیر خلاقیت آژانس مگنولیا و احمدرضا غنی، مدیر ارتباطات هایپر استار برگزار می‌شود و نقش فناوری‌های نوین در فرآیندهای خلاقیت و ارتباط برندها با مخاطبان را بررسی می‌کند. پس از آن، پنل «تبلیغات در زمان بحران» از ساعت ۱۵ تا ۱۶ با حضور حامد پازوکی، مشاور ارتباطات برند، دکتر مسعود سعیدی، استراتژیست توسعه کسب‌وکار و رضا اسلام‌پناه، مدیر ارشد خلاقیت، به واکاوی راهبردهای ارتباطی برندها در شرایط پرریسک اختصاص دارد.

در روز ۲۴ آذر ۱۴۰۴، پنل «مارتک در ۱۴۰۴» از ساعت ۱۵ تا ۱۶ با میزبانی ساغر رفیعی، مدیر فروش مارکتینگ متریکس برگزار می‌شود. در این نشست، بابک میرزایی، تیم‌لید پرفورمنس تپسی، امیر همتی، تیم‌لید جذب اکالا و احمدرضا ناطق‌الهی، مدیر مارکتینگ بانکت، به بررسی نقش فناوری‌های بازاریابی، داده و اتوماسیون در تصمیم‌سازی برندها در سال پیش‌رو می‌پردازند.

همچنین پنل «نسل جدید تبلیغات ریتارگتینگ» در روز ۲۴ آذر از ساعت ۱۰ تا ۱۱ با سخنرانی وحید اشرف‌الکتاب، تیم‌لید کمپین، برگزار می‌شود. این نشست به تحولات ریتارگتینگ، تغییر رفتار کاربران و رویکردهای نوین در طراحی کمپین‌های هدفمند اختصاص دارد.

در ادامه همان روز، پنل «نسل جدید تبلیغات رفتارمحور» از ساعت ۱۱ تا ۱۲ با سخنرانی آرش اسکونژاد، مدیر ارشد مدیا برگزار خواهد شد و به بررسی استفاده از داده‌های رفتاری، شخصی‌سازی پیام و بهینه‌سازی تجربه مخاطب در تبلیغات دیجیتال می‌پردازد.

پنل «روابط عمومی سنتی در برابر روابط عمومی مدرن» نیز روز ۲۴ آذر از ساعت ۱۳ تا ۱۴ با میزبانی سعید اتحادی، مدیرعامل پابلیکا برگزار می‌شود. در این نشست، امیر لعلی، مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل سازمان بورس و اوراق بهادار، امیرحسین شعبانیان، مشاور و متخصص حوزه ارتباطات و احمد بروغنی، روزنامه‌نگار و مدیرمسئول اکوآنلاین، به بررسی تغییر نقش روابط عمومی در فضای رسانه‌ای امروز می‌پردازند.

همچنین پنل «معماری رابطه برند و رسانه» در روز ۲۴ آذر از ساعت ۱۴ تا ۱۵ با میزبانی محمد فرقانی، سرپرست مارکتینگ آیتول برگزار می‌شود. در این نشست، امید هاشم‌پور، مدیرعامل شرکت ۱۰۰۱برندینگ، امیرحسین صدقی، مدیر روابط عمومی میلی و امیر اشراقی، مدیرمسئول پدال، درباره مدل‌های نوین تعامل برندها با رسانه‌ها و بازتعریف این رابطه در شرایط جدید صنعت ارتباطات گفت‌وگو خواهند کرد.

برنامه پنل‌های تخصصی نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی ۱۴۰۴ طی سه روز و با محوریت موضوعات کلیدی سال آینده برگزار می‌شود. تمرکز بر هوش مصنوعی، تبلیغات در زمان بحران، مارتک، روابط عمومی مدرن، معماری رابطه برند و رسانه و اخلاق در تبلیغات سلامت، نشان‌دهنده تلاش تپسل برای عبور از نگاه‌های کوتاه‌مدت و پرداختن به زیرساخت‌های فکری و حرفه‌ای صنعت تبلیغات کشور است؛ رویکردی که می‌تواند مسیر تصمیم‌سازی برندها را در سال ۱۴۰۴ تحت تأثیر قرار دهد.