BRANDstorming 2015

26. března 2015 / 9:00 / Royal Vinohradská 48, 120 00 Praha 2

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Petr Koubský - Deník N

9:10 - 9:30 **Značka jako improvizační divadlo**

Robert Janča - Robert Janča

Značky tvoří lidé a snem každého brand manažera, jsou lidé zcela zapojení, oddaní vizi, cílům a procesům, přicházející s nápady a řešeními. Protože se tento sen téměř nepotkává s realitou, jsme nuceni improvizovat. Improvizace je schopnost překonávat nečekané a reálné změny. Je to dovednost najít lepší řešení, než bylo v původním plánu. Ta dobrá improvizace přináší lepší výsledky, než jsme schopni naplánovat, protože tak daleko a vysoko z původního místa nedohlédneme. Ta špatná probíhá tehdy, když nemáme žádný plán ani přípravu a ještě nejsme schopni na změny reagovat tvořivě.

9:35 - 9:55 **5 poučení nováčka brand-marketingu**

Jakub Chour - Alma Career Czechia

Na podzim měl kariérní portál Jobs.cz kampaň, která měla přivést spoustu nových uživatelů a zároveň alespoň částečně změnit vnímání značky. Jak to dopadlo?

10:00 - 10:20 **1 + 1 = 3 …jak toho docílit?**

Radim Tuček - Mondelez Czech Republic

Brainstorming je mrtvý! Jak ale využít maximálně potenciál vašeho týmu a získat z něj to nejlepší? Jak a kdy zapojit spotřebitele, aby to mělo smysl? To uvidíte na příkladu Figara. Figaro podobně jako spousta dalších tradičních lokálních značek dlouhodobě ztrácelo pozici na trhu. Během jednoho roku se nám povedlo připravit záchranný plán, díky kterému se trend otočil.

10:25 - 10:45 **Aby Hochbranding neodradil malou firmu od budování silné značky**

Matez Jindra - Makevision, Honza Páv - Makevision

Když jsme začali tvořit značky pro malé a střední firmy, přišli jsme na to, že klasickou cestou to nepůjde. Hochbranding je příliš složitý a ani majitelé menších progresivních firem netuší, o čem je řeč, když se řekne positioning nebo elevator pitch. Nemohou si dovolit odjet se svými 3 zaměstnanci na víkend s psychologem a hledat svoje poslání. Největší problém pak nastává, když mají v ruce manifest značky a neví, jak značku dostat mezi lidi. V naší přednášce vám ukážeme, jak k procesu tvorby značky přistupujeme my. A i když vychází z požadavků malých a středních firem, i ostřílení brand manažeři získají inspiraci pro to, jak stavět značky srozumitelně, za dosažitelnou cenu a s důrazem na implementaci.

10:45 - 11:05 **COFFEE BREAK**

11:05 - 11:25 **Od integrace k integritě značky**

Vilém Rubeš

Většinou už se připouští, že rozdělení marketingových teamů i komunikace značky na digitální a „analogovou“ je překonané, že spotřebitel nerozlišuje mezi internetem a zbytkem světa, konzumuje média z obou táborů často souběžně, a značku si nejenže sám v hlavě a srdci definuje, ale i s ní a za ní komunikuje. Existuje tedy dnes nějaká metoda, jak integrovat značkovou komunikaci, nebo jsou nástroje pro budování značky už beznadějně zastaralé? A dá se značka na internetu vůbec nějak řízeně budovat?

11:30 - 11:50 **Proces tvorby grafického designu není hra**

Helena Jakoubě

Kde designér bere nápady, jak přemýšlí, jaký je jeho postup práce a kolik času na to doopravdy potřebuje? Tyto a mnohé další otázky si často kladou klienti a spolupracovníci grafických designérů. Odpovědi na ně a představení toho, jak by měla probíhat spolupráce s designérem při tvorbě korporátní vizuální identity bude předmětem této přednášky. Současně se lehce dotkne tématu využití designového myšlení mimo kreativní prostředí.

12:00 - 13:00 **NETWORKING**

13:00 **Předpokládaný Konec**

Doprovodný program

8:30 - 13:00 **Přijďte se poradit a nechat si zhodnotit vaší firemní identitu**

V průběhu celého dne se můžete zastavit u stánku BrandCloud. Doporučí Vám, jak na manuál firemní identity a vizuální styl. Podívají se na vaše logo nebo propagační materiály a poradí Vám, co by šlo zlepšit. A také si u jejich stánku můžete vyzkoušet jejich cloudové úložiště pro všechny grafické a propagační materiály.