BRANDstorming 2016

17. března 2016 / 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 **Jak změnit zažité vnímání značky**

Michal Pastier - Darwin& the Machine

Od autora kampane Fofola sa dozviete ďalšie príklady klasických značiek, ktoré dokázali reštartovať svoju komunikáciu a byť znovu milované.

9:35 - 9:55 **Jak přemýšlet o značce dříve, než ji vyberete**

Jindra Šulcová

Dobrý produkt si zaslouží i dobré označení — to je základní předpoklad úspěchu. Vyhněte se nejčastějším chybám a pojmenujte svou značku tak, aby se dala registrovat jako ochranná známka. Zajistíte si exkluzivitu značky na trhu i klidnější spánek.

10:00 - 10:20 **Jak jsme se probudili a řekli si, že potřebujeme nové logo**

Alžběta Matějů - Liftago

Když jsme před dvěma lety přišli se značkou Liftago, nebyl design a funkčnost loga v popředí zájmu. S postupem času se začaly vynořovat média a situace, na kterých logo prostě nefungovalo. Jak probíhal proces výroby nového loga, co reprezentuje a jak na něj zareagovala veřejnost.

10:25 - 10:55 **Coffee break**

10:55 - 11:15 **Proces je král, vztah je bůh**

Martin Kozák - Remembership, Petr Rubáček - Remembership

Vztahy mezi klienty a dodavateli utrpěly leccos. Doba, kdy jeden objednává a druhý dodává už dávno není tak jednoduchá a tak bezcharakterní, aby tohle stačilo. Kreativní proces je velmi sofistikovaná a náročná cesta, kterou je třeba absolvovat bok po boku. Klient je tedy spolutvůrce, cokoliv pro něj budete dělat nedělejte pro něj ale dělejte spolu. Všichni vám poděkují, natrilionkrát. ^^

11:20 - 11:40 **Měřit značku? Proč? Jak? A co s tím pak?**

Renata Rosendorfská - MEC Czech s.r.o.

Značka je to co o vás lidi říkají, když u toho nejste, říká se. Hezky se o ní mluví, hůř se měří a řídí. Značku často bereme jen jako marketing, něco, co prostě máme a musím o tom mluvit, abychom prodali svůj produkt/službu. Značka je, ale mnohem víc než jen logo a reklama a je nutné o ni pečovat. Proč a jak o ni pečovat správně? Proč a jak značku měřit? A když už ji změřím, jak s tím dál pracovat? Jaké existují nástroje k měření značek a proč být konzistentní ve využívání měření a ověřovat si, že nápravné kroky fungují správně?

11:45 - 12:05 **Strategická pozice značky - o co se opírá silná značka a jak pracuje pro vaši strategii**

Ondřej Rudolf - JANDL Praha

Aby značka fungovala, je nutné propojit ji s firemní strategií. Ona totiž má svůj strategický úkol a když ho nedostane, nic pro vás neudělá. Na několika příkladech vám ukážu, že značka není jenom logo a co myslím „Strategickou triangulací značky

12:10 - 12:30 **Baťa and the Brand Pillars**

Tiago Solca - BAŤA, akciová společnost

Tiago Solca představí nový projekt, jehož cílem je sjednotit značku Baťa na celosvětové úrovni. Podělí se o průběh příprav, představí pilíře značky Baťa a ukáže několik příkladů, jak uvádějí sjednocení značky Baťa v život.

12:30 - 13:30 **Oběd**

13:30 - 13:50 **Deset tipů, jak může e-shop budovat svou značku**

Matez Jindra - Makevision

Pragmatická přednáška o tom, jak i e-shopy mohou budovat svou značku. Deset konkrétních tipů a příkladů. Protože 30 000 českých internetových obchodů nemůže o zákazníka bojovat jenom nejnižší cenou.

13:55 - 14:15 **Jak neztratit brand při tvorbě webu**

Daniel Musil - AITOM Digital

Máte vytvořený brandmanuál, archetyp značky, popis persóny a spoustu dalších informací, ale také zápasíte s jejich aplikací do praxe a promítnutí do webu? Tuto situaci řešíme často s klienty a v rámci prezentace představím příklady a ukázky z praxe. Od velkých společností, které mají jasná pravidla, přes obecné, těžce uchopitelné archetypy kouzelníka až po startupové společnosti, které svůj brand teprve definují. Výstupem prezentace budou tipy, co si jako firma máte pohlídat, abyste neztratili brand při tvorbě webu.

14:20 - 14:40 **Jak budovat značku pomocí online reklamy**

Zuzana Bergrová - Red Media

Online reklama je tradičně spojovaná hlavně s výkonnostním marketingem. Dnes ji stále víc značek využívá i pro čistě brandové kampaně. Zuzana Bergrová z mediální agentury Go.Direct na příkladech několika klientů ukáže, které reklamní formáty fungují pro budování značky v onlinu nejlépe, co se znalostí produktu dokáže udělat videoreklama a jak je možné řízením frekvence, testováním kreativ a segmentací uživatelů zásadně zvýšit efektivitu kampaně.

14:40 - 15:10 **Coffee break**

15:10 - 15:20 **6 tipů jak ukládat a šířit vaší značku**

Karel Drašnar - LA TAUPE

Velké plány krachují na pouhých maličkostech. Špatné verze marketingových materiálů podkopávají dokonalost vašich značek, kampaní i prodejních prezentací. V rychlém sledu se podíváme, jak a kde dnes ukládáme klíčové materiály pro komunikaci a kolik nám to zabírá času. Můžeme udělat něco pro to, abychom mohli nerušeně dělat co nás baví? Místo neustálého hledání, přeposílání a vysvětlování...

15:25 - 15:35 **Tvorba a řízení značek v Česku v roce 2016**

Honza Páv - Makevision

Podle čeho se pozná dobrá značka? A je značka vůbec důležitá? Zeptali jsme se zástupců malých, středních i velkých firem působících v ČR, co si myslí o značkách, jak je měří a zda do nich budou v roce 2016 investovat. Zjistíte, kdo je v těchto firmách za značku zodpovědný a co jim značka přináší.

15:40 - 16:05 **Panelová diskuse: Jaký je stav budování značek v Česku?**

Petr Hovorka - BrandBakers Advisory, Honza Páv - Makevision, Libor Pospíšil, Renata Rosendorfská - MEC Czech s.r.o.

Prostředí, ve kterém se potkávají značky a jejich zákazníci, prošlo od 90. let výraznou změnou. Internet lidem přinesl možnost snadněji vyhledávat informace a sociální média jim zase umožnila být tvůrcem obsahu. Jak na to reagují brand manažeři v Česku?
Sociální média, která narušila dominanci masových médií, nyní dávají prostor pro budování značek i malým a středním firmám. Využily ale toho? Kdo všechno vidí jako podstatnou část svého byznysu starost o vlastní značku?
Panelová diskuze se zaměří na aktuální stav a na změny v tom, jak firmy a agentury budují a řídí značky a jaké metody k tomu využívají.

16:05 **Předpokládaný konec programu**

Workshop

13:30 - 14:00 **Workshop krizové komunikace**

Marek Nepožitek - Nestlé Česko

Poslední měsíce se zdá, že si všichni místo másla kupujeme palmový olej, když náhodou váš brand nemá s „palmáčem“ nic společného, tak už spotřebitel zjišťuje, jestli váš produkt náhodou nevyrábí děti. Přestaňte se bát uživatelek mimibazaru a otevřete s nimi diskusi, než ji ony otevřou i mimo jejich oblíbený portál. Podíváme se nejen na trendy krizových situací, způsoby řešení, ale i predikci, která krizová témata nás ještě tento rok čekají.