

BRANDstorming 2020

12. března 2020 / 9:00 / MAMA Shelter Prague Veletržní 1502/20, 170 00 Praha 7

Program akce

<p>V tuto chvíli pro vás zajišťujeme ty nejlepší řečníky, program budeme průběžně doplňovat.</p>

Hlavní blok

9:00 - 9:10 Úvodní slovo

Vladimír Rejlek - Blue Style

9:10 - 9:35 Strategie budování značky v prostředí sociálních médií

Peter Podolinský - dotcom.cz

V dynamicky se vyvíjejícím prostředí sociálních médií je budování značky klíčovou disciplínou moderního marketingu. Peter Podolinský, Managing Director českého dotcomu nám ukáže, jak k budování značky přistupovat strategicky a komplexně, tak aby nezapadla a dokázala zaujmout v omezeném prostředí feed-based médií.

9:35 - 10:00 Od marketingu k matteringu

Michaela Thomas - Butterflies & Hurricanes

O společné cestě za zdravějším podnikáním, o pravdivém brandingů a o tom, že zisk může být až třešničkou na dortu. Aneb proč už klientům nepomáháme zvyšovat prodeje.

10:00 - 10:25 The Lost Art of What The F..ck

Michal Pastier - ZARAGUZA

Jak dostat v době digitálu tisíc lidí fyzicky na pobočku banky, která ani není jejich? Jak fungovala FMCG kampaň, která se stala prvním finalistou v historii ČR a SR soutěže Euro Effie, v kategorii Best of The Best Europe? Bonus: Výsledky největšího průzkumu mezi mladými lidmi a proč značky, které komunikují svobodně, selhávají.

10:25 - 10:55 Coffee break

10:55 - 11:20 Česká Sítovka, aneb jak se tradiční český vynález přetváří v moderní Lovebrand

Karolína Pechová - POAK CZ

Málokdo ví, že vynález síťové tašky se datuje již do roku 1926 a že v té době se síťovka jako masový produkt dostala z Čech do celého světa. Éra komunismu ve východní Evropě z ní však udělala synonymum pro frontu na podpultové zboží a jednorázová igelitová taška, jako symbol nového spotřebního světa, pak věc minulosti. Naštěstí lidé dostali znovu rozum a cesta pro renesanci síťovky byla otevřená. Jak ale zosobnit a vybudovat brand produktu, který je sto let starý a nikdy pod žádným brandem nebyl? Jak správně postavit produkt, který má být praktický a přispět k zodpovědnému chování k přírodě, ale zároveň být oblíbeným módním doplňkem?

11:20 - 11:45 Jak vyrůst v lovebrand v alkoholovém businessu?

Tomáš Hejkal - STOCK Plzeň

Vývoj značky Božkov, inovace a výrazný růst hodnoty kategorie

11:45 - 12:10 SOKOL 2030 - moderní tvář tradiční organizace

Marek Tesař - Raul!

Nejstarší a jedna z největších sportovních organizací - Česká obec sokolská - se rozhodla, že musí mluvit současným jazykem a být plně relevantní dnešku. Proto v roce 2019 vznikla strategie SOKOL 2030, která nově definuje poslání ve společnosti této sportovní organizace a také hodnoty, které zastává. Součástí této změny je i nový vizuální styl, který je nyní aplikován nejen do sokolských projektů, ale také do každodenní komunikace více jak tisícovky jednot po celé České republice. S tímto procesem Vás seznámíme v rámci prezentace Marka Tesaře.

12:10 - 12:35 Vývoj značky Design pro export v průběhu 11 let

Hana Toclová - CzechTrade

12:35 - 13:35 Oběd

13:35 - 14:00 Obuvnická značka Vasky: Jak budovat silný lokální brand?

Jan Kočenda - Vasky trade

Vasky jsou ručně vyráběné boty ze Zlína, které navazují na baťovskou tradici. Značka si drží trojnásobný meziroční růst a za 4 roky fungování prodala přes 20 tisíc párů. Honza popíše, jak ve Vaskách pracují s brandem, kolem kterého se točí slova jako je tradice, lokálnost nebo udržitelnost.

14:00 - 14:25 Excelent: Ideální čas strávený se značkou? Dokud nás smrt nerozdělí

Nikola Foktová - KINDRED GROUP

Nechte lidi na svůj produkt stát fronty. A jakmile na ně přijde řada, dopřejte jim zážitek, na který jen tak nezapomenou. Podobně, jako to dělá Excelent i v tak konkurenčním segmentu, jako je ten pивní. Společně se podíváme na příběh Excelentu, pro který je při hodnocení aktivit klíčovým kritériem čas strávený se značkou. A prozradíme vám, jak to dotáhnout z několika vteřin na "dokud nás smrt nerozdělí".

14:25 - 14:50 Přednášku brzy upřesníme

14:50 - 15:15 Brand versus zákon. Kdo z koho?

Petra Stupková - Legitas

Každý by rád měl unikátní značku, která jej katapultuje daleko od konkurence. Co když se ale někdo inspiroval úspěchem protihráče více než je dovoleno? Kde končí inspirace a začíná zásah do autorství? Co to je parazitování na doméně a jak se bránit? Co když chci použít retro obal na svůj výrobek? Petra ukáže praktické příklady nejčastějších omylů legálního pojetí budování jedinečné značky. Nakonec prozradí, jestli se při honbě za skvělým brandem můžete dostat i „do tepláků“.

15:15 - 15:45 Coffee break

15:45 - 16:10 Jak pracovat s podvědomím: Emoce a asociace ve službách vaší značky

Vojtěch Prokeš - Behavio Labs

95 % nákupních rozhodnutí je podvědomých. Odehrávají se ve vývojově starších částech mozku, z nichž některé máme společné dokonce s ještěrkami. Jak je ovlivnit? Behaviorální vědy nabízí spoustu užitečných poznatků, jak se svojí značkou spojovat ty správné emoce a jedinečné asociace. Ukážeme si to na příkladu největších českých e-shopů a dalších case studies od nás z Behavia.

16:10 - 16:35 Přednášku brzy upřesníme

16:45 Networking a předpokládaný konec akce