BRANDstorming 2021

29. dubna 2021 / 9:00 / Akce proběhne online

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Vladimír Rejlek

9:10 - 9:45 **Krize marketingu - kdo za ni může a jak z ní ven**

Milan Formánek - Milan Formánek

Reklama je otravná, značka je přežitek, výkon je král, důležitá jsou pouze data, procurement vládne, nepotřebujeme marketéáky, ale growth hackery, komunikace je od toho, aby prodávala, CSR je jen PR. Anebo taky ne? Přednáška od Milana Formánka, šéfa agentury Zaraguza a dlouholetého marketéáka značky Red Bull, vás zaručeně donutí se zamyslet.

9:45 - 10:10 **Jak dává IKEA silou značky do pohybu věci ve společnosti**

Petra Jankovičová - TRIAD Advertising, Marek Vomočil - IKEA

IKEA Česká republika koncem minulého roku v souladu s interním přístupem k rovnosti, diverzitě a inkluzi a zejména v reakci na alarmující počet případů domácího násilí odstartovala dlouhodobý projekt „Za bezpečný domov“. Věnuje se pomoci obětem domácího násilí. Projekt odstartoval výraznou osvětovou komunikací, která dokonce přesáhla hranice regionu a rezonovala kromě sousedních států také např. v Indii, Brazílii, Jižní Koreji či Portugalsku. Podzimní komunikací to zdaleka neskončilo. Co přichází po ní? Jaké kroky IKEA v boji proti domácímu násilí podniká? Proč se velká značka hlásí k tomuto ne úplně pozitivnímu tématu?

10:10 - 10:35 **Když engagement nejsou lajky aneb jak Coca-Cola bojovala s covidem**

Zuzana Kadlečková - Coca-Cola Česká republika, Martin Starý - Saatchi & Saatchi Praha

Podíváme se na naši zkušenost s tím, jak rychlé a adekvátní reakce na aktuální dění ve společnosti pomohly značce Coca-Cola plnit dlouhodobou strategii a navíc přinesly ohromný společenský přesah. Protože jsou chvíle, kdy engagement znamená něco víc než lajky. Na příkladech online koncertů a zpívání pod okny to uvidíte sami.

10:35 - 10:55 **Přestávka**

10:55 - 11:20 **Never stop evolving**

Michal Pastier - Darwin& the Machine

Jak využít nové příležitosti a posunout svoji značku od běžných kampaní k dlouhodobé efektivitě. Příklady, studie, výsledky.

11:20 - 11:45 **Kampaně s teniskama na nohou**

Martin Paukrt - Footshop

Martin nechá ve své prezentaci nahlédnout do přípravy a realizace tří reklamních kampaní, které značka během loňského roku vytvořila.
Záběr bude opravdu široký, od líbajících se párů v reklamě přes box na boty, který sloužil jako zenová zahrada, až po vlastní kolekci tenisek ve spolupráci se značkou adidas. Jak Footshop nad svými kampaněmi přemýšlel, co se z nich naučil a jak své zkušenosti značka promítla do tvorby dalších kampaní? Co si odnést z toho, když message kampaně přehluší samotný produkt, a je unikátní obsah vždy výhrou, po které média sama skočí?

11:45 - 12:10 **Právní chyby při tvorbě vaší značky aneb přešlapy, které se dohánějí draze**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Víte, co si pohlídat, než zadáte práci na své korporátní identitě? Kterým slovům se při tvorbě vaší značky vyvarovat? K čemu vám (ne)bude sloužit ochranná známka a proč dát právníkovi k ruce dlouhodobou strategii vašeho podnikání? Jak právně budovat vaši značku, aby její hodnota rostla? A které právní investice jsou naopak zbytečné? Pojďme se na to podívat na příkladech, zvesela a bez paragrafů.

12:10 - 12:35 **Změny chování, inovace a trendy v udržitelnosti značek pro rok 2021**

Jan Jelínek - B&T agency

Dramatické změny v našem každodenním chování se propsaly i do našeho nákupního chování a preferencí. Pak se také nemohu divit, že jsem se stal majitelem ovce. Proboha.

12:35 - 13:05 **Přestávka**

13:05 - 13:30 **Prvok od Buřinky - první 3D tištěný dům z betonu**

Hana Burečková - AMI Communications, Monika Kopřivová - Stavební spořitelna České spořitelny

Představení komunikační kampaně, která po celém světě zasáhla více než půl miliardy potenciálních čtenářů. Ostrůvek pozitivních zpráv v pandemickém roce. 180 stupňová otočka v nastavení strategie. Změna ve vnímání značky u veřejnosti a především u mladých lidí.

13:30 - 13:55 **Igráček v době Corony**

Miroslav Kotík - EFKO - karton

Jak jsme pomocí projektu s Igráčkem pomohli zdravotníkům, firmám s problémovým odbytem a také vlastní firmě. Jak se takový nápad zrodil a komu všemu pomáhal.

13:55 - 14:20 **Jak na CSR a udržitelnost ve firmě**

Sandra Feltham - FLAGSHIP COMMUNICATIONS LTD, odštěpný závod

Co znamená firemní společenská odpovědnost a udržitelnost? Jak je to vnímáno u nás a ve světě? Obstojí udržitelné podnikání v době pandemií jako je koronavirus? A jak na to? Přijďte si poslechnout, proč se udržitelné podnikání stalo novým trendem.

14:20 - 14:40 **Coffee break**

14:40 - 15:05 **Brandbuilding startupů - Jak být vidět a uspět**

Štěpán Kleník - brainz.cz

Jak vytvořit úspěšný brand pro vlastní startup, aby se vám vaše úsilí, čas i peníze co nejlépe vrátily? V rámci přednášky vám na konkrétních příkladech z portfolia kreativní skupiny Brainz Studios představíme to nejdůležitější, co byste jako majitel začínající nebo měnící se značky neměl v rámci marketingové a obchodní strategie podcenit. Ať už je váš startup zaměřený na sektor B2B, informační technologie a inovace nebo kulturu.

15:05 - 15:30 **Rebranding, debranding, redesign, refreshing a facelifting – slovníčková válka očima designéra**

Lumír Kajnar - Lumír Kajnar

Terminologie je mocný nástroj při zadávání, prezentování, ale i schvalování všeho kolem značky. Špatný výklad pojmů vede k nedorozumění, prodlužuje a prodražuje práci designéra. Přitom vše může být jednodušší, ale zaplatili by mi za to? Zvu vás na krátkou přehlídku mých poznámek, kam mě a klienty unášejí představy o značkách a jejich vizuální identitě.

15:30 - 15:55 **Jak jsme „omylem“ vytvořili lovebrand**

Janek Žežula - CityZen

Jsme startup roku 2019. Vyrábíme trika z prémiové bavlny, na kterých není vidět pot, odolají špíně, snižují zápach… Vyvinuli jsme technologii, díky které je zdánlivě obyčejné oblečení naprosto unikátní. Meziročně rosteme o 500 %. Zákazníci nám dávají fantastické reference a nadšeně se k nám vrací. Brand děláme „po vesnicku“. Case study o tom, jak to funguje a proč jsme se k hlubšímu rozpracování brandu dostali až po více než dvou letech.

16:00 **Předpokládaný konec akce**