

BRANDstorming 2021

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

Program akce

Hlavní blok

- 9:00 - 9:10 Úvodní slovo**
Vladimír Rejlek - Blue Style
- 9:10 - 9:45 Krize marketingu - kdo za ni může a jak z ní ven**
Milan Formánek - ZARAGUZA
Reklama je otravná, značka je přežitek, výkon je král, důležitá jsou pouze data, procurement vládne, nepotřebujeme marketáky, ale growth hackery, komunikace je od toho, aby prodávala, CSR je jen PR. Anebo taky ne? Přednáška od Milana Formánka, šéfa agentury Zaraguz a dlouholetého marketáka značky Red Bull, vás zaručeně donutí se zamyslet.
- 9:45 - 10:10 Jak dává IKEA sílou značky do pohybu věci ve společnosti**
Petra Jankovičová - TRIAD Advertising, Marek Vomočil - IKEA Česká republika
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 Kampaně s teniskama na nohou**
Martin Paukert - Footshop
Jak jsme přemýšleli nad našimi kampaněmi a co jsem se z nich naučili? Od líbajících se párů v reklamě na kolekci brýlí po vlastní kolekci tenisek ve spolupráci se značkou adidas.
- 10:35 - 10:50 Přestávka**
- 10:50 - 11:15 Změny chování, inovace a trendy v udržitelnosti značek pro rok 2021**
Jan Jelínek - B&T agency
Dramatické změny v našem každodenním chování se propály i do našeho nákupního chování a preferencí. Tato přednáška je zaměřena na insighty, trendy a inovace spojené s udržitelností, které vytváří nové příležitosti pro značky, jak inovovat a růst.
- 11:15 - 11:40 Když engagement nejsou lajky aneb jak Coca-Cola bojovala s covidem**
Zuzana Kadlečková - Coca-Cola Czech Republic, Martin Starý - Saatchi & Saatchi
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.
- 11:40 - 12:05 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.
- 12:05 - 12:30 Jak na CSR a udržitelnost ve firmě**
Sandra Feltham - FLAGSHIP CSR
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.
- 12:30 - 12:50 Přestávka**

12:50 - 13:15 Právní chyby při tvorbě vaší značky aneb přešlapy, které se dohánějí draze

Petra Dolejšová - Na volné noze

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.

13:15 - 13:40 Vystoupí Monika Kopřivová a Hana Burečková, Stavební spořitelna České Spořitelny/AMI Communications

13:40 - 14:05 Přednášku brzy upřesníme

14:05 - 14:20 Coffee break

14:20 - 14:45 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.

14:45 - 15:10 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.

15:45 Předpokládaný konec akce