BRANDstorming 2025

3. dubna 2025 / 9:00 / Jalta Boutique Hotel Václavské nám. 818/45, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Filip Rožánek - Internet Info

9:10 - 9:40 **Kde leží svatý grál efektivity?**

Adam Špina - Ogilvy

V českých soutěžích efektivity převládají v posledních letech hlavně aktivační a kampaňové aktivity. I sebelepší kampaň má ale svůj strop efektivity, pokud za ní není dlouhodobá strategie a koherentní exekuce. Přednáška Adama Špiny vám na příkladech úspěšných světových i českých case studies (například T-Mobile) odhalí principy, na kterých dlouhodobé budování značky stojí, jak je aplikovat v praxi bez ohledu na velikost marketingového rozpočtu, a přesvědčí vás, že je nejrychlejší a nejudržitelnější cestou k budování pozice na trhu.

9:40 - 10:10 **Kam to koukáte? aneb jak využít pozornosti, aby byly vaše kampaně efektivní**

Vojtěch Prokeš - Behavio Labs

„Toho loga v rohu si lidi určitě všimnou," říkáte si při tvorbě své nové reklamní kreativy. Nevšimnou. Co kdybychom vám řekli, že zákazníci koukají někam úplně jinam, než si myslíte? Naštěstí existují způsoby, jak zjistit, co lidi zaujme nejvíc a kam to v kreativě umístit.
Nejen o práci s pozorností v reklamních kampaních, ale také o tom, co dělá reklamu opravdu efektivní, bude přednáška plná příkladů reálných kreativ od šéfa výzkumu Behavia Vojty Prokeše.

10:10 - 10:40 **Jak využít behaviorální vědu pro budování značky**

Lukáš Cikánek - Pickerly s.r.o., Martin Peška - Pickerly

Poznejte sílu behaviorální vědy a objevte, jak může ovlivnit rozhodování vašich zákazníků a posílit značku v jejich očích. V době přeplněného trhu a neustálé digitální stimulace není snadné vystoupit z řady. Právě behaviorální věda však přináší jasné odpovědi na otázky, co motivuje zákazníky k nákupu, proč důvěřují určité značce nebo jaké prvky komunikace mají skutečný efekt.
Na přednášce si ukážeme praktické aplikace klíčových behaviorálních principů. Zjistíte, jak s těmito poznatky pracovat v reklamách, produktových kampaních i v samotném brandingu. Přineseme konkrétní příklady, data a výsledky z praxe, které ukazují, jak behaviorální věda posouvá značky k dlouhodobému růstu.

10:40 - 11:10 **Ohrožuje AI i váš brand?**

Petra Stupková - Legitas

AI nástroje a vychytávky slibují zázraky na počkání. Pomůžou při tvorbě obsahu, loga nebo celé strategie značky. Jaká je ale skutečná cena, kterou platíme za snadno vygenerovaný obsah? Je na místě příměr o smlouvě s ďáblem? Ten přece také láká na nesmírné a snadno získané bohatství. Na co si dát pozor, aby váš brand neskončil v plamenech pekelných, to se dozvíte na přednášce Petry Stupkové.

11:10 - 11:40 **Coffee break**

11:40 - 12:10 **Efektivní využití AI v launch kampani Škoda Octavia**

Jiří Nevečeřal - Socialsharks

Vytvořit buzz ještě před odhalením nového vozu není jednoduché. V rámci AI powered kampaně pro novou Octavii (2024) jsme přesně tohle udělali. Fanoušci dostali možnost vytvořit si vlastní design Octavie v rámci automatizovaného Messenger BOTa přímo na našem Facebooku. To vše při dodržení brand safety a akcentu nového směřování image značky „Let's Explore". Jak to přesně probíhalo a na co se soustředit při využívání AI v marketingu se dozvíte z přednášky Jiřího Nevečeřala ze Socialsharks.

12:10 - 12:40 **OOOREA: Když si lidé vaši značku nejen zapamatují, ale chtějí ji i zažít**

Monika Jančová - OREA Hotels & Resorts

Jak se mění vnímání hotelového řetězce díky hravé a odvážné komunikaci? A jak se buduje značka pro síť osmnácti hotelů po celé České republice? OREA Hotels & Resorts se rozhodla odlišit a vsadila na výraznou kreativu, hravost a televizi. V předvánoční reklamní smršti a s televizním rozpočtem na dva a půl měsíce nebyl prostor na chyby. Pomohl výrazný zvukový branding, silně vizuální spot a jednoduchost sdělení. Výsledek? Skokový nárůst znalosti značky a natěšení zákazníci.
Monika Jančová z OREA Hotels & Resorts vás provede zákulisím kampaně, ve které se nemluví, ale rozhodně ji nepřeslechnete.

12:40 - 13:10 **Jak měnit za běhu vzhled i positioning u služby, která se nesmí zastavit ani na den?**

Klára Tanzerová - Košík.cz

Výrazně změnit design i propozici lovebrandu chce nejen odvahu, ale také pořádný plán a disciplínu. Kola online supermarketu Košík.cz se nesmí zastavit ani na chvíli. A platí to, i když zrovna prochází největším redesignem a repositioningem ve své historii. Ten má dopad na stovky tisíc jeho zákazníků a promítá se do všeho, co Košík dělá – od produktového portfolia, přes appku a web po uniformy kurýrů.
Jak se s tím vyrovnal marketingový tým, jaký přístup jsme zvolili, co byla ta nejzásadnější zjištění a jak hodnotíme celou akci s ročním odstupem?

13:10 - 13:40 **Jak vybudovat pátou nejžádanější banku během třičtvrtě roku**

Robert Chmelař - Partners Banka

Když chcete vybudovat novou značku v kategorii, která je druhá největší v mediálních výdajích, a k tomu s rozpočtem který má konkurence na jeden produkt, musíte vytáhnout všechny marketingové triky. Včetně těch zapomenutých jako je jingle, nebo těch opovrhovaných, jako je obří logo přes celou obrazovku. A hlavně musíte začít strategií a té se pak držet zuby nehty. Jak na to šla Partners Banka a jak to, že raketově budovala brand a přitom prodávala, o tom bude přednáška Roberta Chmelaře z Partners.

13:40 - 14:40 **Oběd**

14:40 - 15:10 **Má vaše PR strategii? A mohli bychom ji vidět?**

Michaela Chrpová - MSL Czech Republic, Tomáš Preněk - Publicis Groupe

Proč se na PR nahlíží odlišnou optikou, než v případě jiných nástrojů řízení značky i přesto, že má s brand buildingem společného výrazně více, než jiné disciplíny marketingu? A jakou roli v plánování PR může mít strategie? Dozvíte se, proč PR ve skutečnosti znamená „Pravá Ruka“ brand buildingu.

15:10 - 15:40 **Nové PR výzvy, které si musí značky osvojit než bude pozdě**

František Brož - FYI Prague

Svět se otočil o další kus dopředu. Celá řada kdysi klíčových mechanismů zaniká a rodí se nová. Nadcházející doba bude doba silných osobností a autorit. Hlubokých vizí a minima času k jejich vysvětlování. Ale také doba, kdy se nadhled stane klíčovou komoditou. Strategické PR a brand spolu budou fungovat stále těsněji a řadu výzev budou mít společných. Které je třeba si osvojit, aby vám neujel vlak?

15:40 - 16:10 **Brandformance na steroidech: Jak nepřijít o brand a přitom drtit výsledky**

Jan Javornický - Effectix.com

Lidi, co se rozhodují mezi 1) budováním značky a 2) krátkodobým výkonem, si koledují o 3) zbytečný problém. Chytré značky vědí, že nejlépe to jde oboje – a já vám ukážu jak. Trochu teorie, hodně praxe a pár vtipů navrch. Odborný pohled, který si nehraje na suchopárnou přednášku, ale přinese vám inspiraci, která se dá okamžitě použít.

16:10 - 16:40 **10 let života značky, která vznikla jako vtip**

Martin Brablec - Obsahová agentura

10 let jsme žili se značkou, která vznikla jako vtip. Přesto jsme s ní získali velké klienty, pár cen i pozornost. V březnu ale značku Obsahová agentura nadobro vypneme a spustíme místo ni novou. Otevřeně nasdílím postup, kterým jsme se dostali od uvědomění si, že je čas na změnu, po nové jméno a reálný rebranding. Živý use-case. Čísla. Vnitřní pochyby. A radost z kreativity!

16:40 **Předpokládaný konec**

Malý sál

11:40 - 12:40 **WORKSHOP - LinkedIn v akci: Osobní i firemní brand, který přináší výsledky**

Tereza Palátová - StoryMatters.online

LinkedIn je klíčovou platformou pro budování brandu a navazování strategických kontaktů. Na tomto interaktivním workshopu se zaměříme na pokročilé strategie pro efektivní tvorbu obsahu, optimalizaci profilu a cílenou komunikaci s klíčovými partnery. Odnesete si praktické rady, tipy a konkrétní postupy, jak systematicky posilovat osobní i firemní brand, zvyšovat dosah a proměňovat engagement v reálné příležitosti. Workshop je koncipován tak, abyste si nové dovednosti ihned vyzkoušeli v praxi a mohli je okamžitě aplikovat.