BRANDstorming 2026

9. dubna 2026 / 9:00 / Jalta Boutique Hotel Václavské nám. 818/45, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 **Zahájení akce**

Filip Rožánek - Internet Info

9:10 - 9:40 **Autenticita jako konkurenční výhoda – jak ji propsat do komunikace značky**

Klára Chalupecká - Publicis Groupe, Jaroslav Malina - Publicis Groupe

Autenticita je často klíčovým faktorem úspěchu, ale také buzzwordem, jehož význam a aplikaci je těžké přesně uchopit. Podíváme se, proč většina spotřebitelů považuje autenticitu za zásadní při výběru značky a na to, jak najít správný sweet spot mezi deklarovanou a skutečně žitou autenticitu brandu.

9:40 - 10:10 **Jak známá tvář pomáhá budovat brand: od emocí k růstu**

Zuzana Hadrbolcová - Notino, Martina Juráňová - Notino

V době, kdy nám AI a algoritmy denně našeptávají, co a kde si koupit, finální rozhodnutí stále dělá člověk. A ten se rozhoduje na základě emocí, důvěry a lidského propojení. Ukážeme vám, jak správně zvolená lokální ambasadorka, autentické partnerství, konzistentní kreativa a mediální mix postavený na širokém zásahu, dokážou posílit značku a přinést růst brandových i byznysových výsledků.

10:10 - 10:40 **Rok příprav - to nejdůležitější ze zákulisí rebrandingu**

Jan Vančura - Allwyn Česko

Rebranding bývá často vnímán jako změna loga a nová vizuální identita. Ve skutečnosti ale začíná dlouho před tím, než zákazníci uvidí první billboard nebo novou aplikaci.
Vezmu vás do zákulisí transformace ikonické české značky Sazka na globální značku Allwyn a ukážu, jak vypadá rok příprav, který veřejnost nikdy nevidí. Od budování lokální brand identity a adaptace globální VBI, přes strategickou komunikaci „Sazka je součástí Allwyn“, až po interní práci se zaměstnanci a HR branding, který pomohl připravit celou firmu na jednu z největších změn v historii značky.
Dozvíte se, proč rebranding nezačíná u marketingu, ale uvnitř firmy, jak se přenáší důvěra z jedné značky na druhou a proč je klíčové připravit nejen zákazníky, ale i zaměstnance a celý ekosystém značky.
Příběh jednoho z největších rebrandingů na českém trhu ukáže, že úspěšný launch je jen špičkou ledovce – a že skutečná práce začíná mnohem dřív.

10:40 - 11:10 **Schizofrenie brandu a jak jí čelit v roztříštěném online světě**

Mikuláš Kvapil - emorfiq, Matěj Mrázek - emorfiq

Váš brand má dvě tváře. A zákazníci to vědí.
Na e-shopu jste milovaná značka – ve srovnávači anonymní položka č. 7. Tohle není strategie. To je schizofrenie.
Matěj Mrázek a Mikuláš Kvapil ukážou, jak v cenové válce nebojovat snižováním cen, ale přepsáním pravidel. A odpoví na otázku, kterou si nikdo nechce položit: Musíte si opravdu vybrat mezi brandem a ziskem?
Nemusíte. Přijďte se přesvědčit.

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

11:40 - 12:10 **Právní fuck-upy při ochraně značky**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Debatujete, tvoříte, graficky šperkujte – marketingově to máte dotažený do posledního detailu. Na co ale při té kráse často zapomenete? A jak zabránit v budoucnu ne zcela dobrovolnému rebrandingu? Posvítíme si na nejčastější kostlivce, které má vaše značka ve skříni. Ať vám o Halloweenu neklepou na dveře. Prakticky, svižně a #bezparagrafů.

12:10 - 12:40 **Marketingová sterilizace: jak nezabít odvahu být kreativní**

Tomáš Pohl - Justmighty

Marketing dnes umí měřit téměř všechno. Jen ne to, co lidi skutečně přiměje značce fandit. V této přednášce se podíváme na to, jak honba za efektivitou vytlačila kreativní myšlení, proč „bezpečné“ kampaně často nefungují a jak se značky mohou vrátit k nápadům, které nejsou jen správné, ale i zapamatovatelné.

12:40 - 13:10 **Nová éra Connected TV**

Tatiana Lisá - SWEET.TV

Digitální transformace médií přináší nové formy reklamy, které mění způsob, jakým značky komunikují se svým publikem. SWEET.TV spojuje dosah a emocionální účinek televize s přesností a efektivitou digitálních médií. Její výhody představí Tatiana Lisá.

13:10 - 13:40 **Děti algoritmu: Mediální svět a spotřební logika generace Alfa**

Libuše Paterová - ResSOLUTION Group

Generace Alfa už dnes udává trendy: tvoří silnou uživatelskou základnu na sociálních sítích, ovlivňuje nákupní rozhodování rodiny a své kapesné promyšleně utrácí za oblíbené značky.
Podíváme se na to, jak o sobě přemýšlí a jak chápe brandy: co pro ně znamenají a proč jim na nich záleží? Zjistíme, jak nakupují: co u nich rozhoduje a kdo je nejvíc ovlivňuje? A rozebereme jejich mediální svět: jak se v něm pohybují a co typicky konzumují v online prostředí?

13:40 - 14:40 **Oběd**

14:40 - 15:10 **Vzdělávání v době AI: co můžeme čekat od nastupující generace marketérů**

Michal Kajfosz - Vysoká škola kreativní komunikace, Jan Macúch - Vysoká škola kreativní komunikace

Budou vůbec noví marketéři a kreativci potřeba? Jak se vzdělávací proces na vysoké škole zaměřené na marketing a kreativitu adaptuje na radikálně nové podmínky? Jinými slovy, co lze čekat od čerstvého absolventa vysoké školy zaměřené na přípravu budoucích kreativních a marketingových hvězd? Do své výzkumné laboratoře AI Lab při Vysoké škole kreativní komunikace (VŠKK) nás vezmou dva experti na aplikaci pokročilé AI v marketingu a komunikaci – Jan Macúch a Michal Kajfosz.

15:10 - 15:40 **AI: Zkratka k úspěchu… i ke katastrofě**

Martin Svetlík - Ogilvy

AI je úžasný nástroj, protože velmi rychle odhalí skutečné schopnosti lidí, kteří vedou značku na klientské i agenturní straně. Když víte, co chcete, dostane vaši značku dál a rychleji, než jste si kdy uměli představit. A když se v tom sami trochu motáte, pomůže vám narazit do zdi v rekordní rychlosti. Na které straně budete vy?

15:40 - 16:10 **Marketing v AI éře: Od promptů k plně autonomním kampaním**

Veronika Burešová - WPP Media, Yelyzaveta Storchak - WPP Media

Experimenty s nástroji jako ChatGPT jsou dnes dobrý start, ale samy o sobě nemění způsob, jak se dělá marketing.
V praxi se dnes posouváme od jednotlivých promptů k tomu, jak tyto nástroje zapojit do každodenní práce. Od přípravy insightů přes tvorbu strategie až po exekuci kampaní. Ukážeme, jak takový proces vypadá, kde skutečně šetří čas a kde naopak naráží na limity.
Zároveň se podíváme na to, jak na vlastním příkladu pracujeme na budování značky klienta a kde nám v tom pomáhají automatizace a nástroje, které fungují jako podpora marketingového týmu, ale ne jeho náhrada.

16:10 **Předpokládaný konec akce**

WORKSHOP

11:40 - 12:40 **Vrah značky jménem Rutina**

Pavel Cahlík - cahlik.info s.r.o.

Jak udržet brand naživu v omnichannel světě a nezačít zákazníky nudit.
Většinu značek nezabije konkurence, ale jejich vlastní rutina. Myslíte si, že jste konzistentní, ale možná jste jen předvídatelní. Během 45 minut si proklepneme vaši značku drsnou diagnostikou. Zjistíte, proč konzistence zvyšuje brand recall o 30 %, ale rutina vede k drahému wear-out efektu. Ukážeme si, jak poznat signály, že vaše kampaň v onlinu začíná iritovat, a pomocí kreativních metod restartujeme vaši komunikaci pro malé i velké rozpočty. Žádná teorie, jen brandový survival kit.