Content First 2020

24. září 2020 / 9:00 / Akce proběhne online

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10

Úvodní slovo

Eliška Vyhnánková

9:10 - 9:35

Jolanda vs. Copperfield, content vs. reklama

Rado Jankovič - TRIAD Advertising, Adam Špina - TRIAD Advertising

V dnešní plejádě nástrojů stojíme my jako markeťáci často před těžkými dilematy. Investovat radši do bláznivého obsahu? Nebo jít cestou klasické reklamy? Poodhalíme vám strategii a výsledky kampaně na oslavu 150 let výročí značky Gambrinus, která během půl roku vyzkoušela oba přístupy a prozradíme, kdy se hodí který použít.

9:35 - 10:00

User content v TV reklamě

Michal Bošela - Invia.cz

Chleba s avokádem, nový účes, domácí mazlíčci, ale co hlavně….přece fotky z dovolené. Fenoménem dnešní doby je user generated content a ten z cestování tvoří jeho hlavní část na všech sociálních sítích. Proč tedy ukazovat lidem v reklamě nějaké generické záběry slow motion běžící rodinky po pláži, když můžete ukázat autentické emoce vašich klientů.
O aktuálním komunikačním konceptu Léto s tebou největší cestovní agentury Invia a využití klientského obsahu v TV kampani.

10:00 - 10:25

Co se mohou značky na Instagramu naučit od influencerů?

Aki Votrubová - Aki Votrubová

Nejspíš už jste zjistili, že obrázková síť Instagram není ani pro oldschool markeťáky, ani pro ty, co nemyslí out-of-the-box. Jak tedy na Instagramu sebevědomě zaujmout publikum, které běžně hltá často velmi mladé kreativní influencery se zajímavými životy? Právě od tvůrců se můžeme naučit mnoho o trendech na Instagramu a zapojit je do strategické komunikace, která nebude jen správně mířit, ale svou povahou bude na obrázkové síti jako ryba ve vodě a váš profil si tak u Insta-generace neuřízne ostudu.

10:25 - 10:40

Coffee break

10:40 - 11:05

Jak dostat teorii z brandbooku do reality

Michaela Tabakovičová - Obsahová agentura

Profíci vám určili, že archetypálně jste kouzelník a vaše persona je horský vůdce. Jenže jak teď vše převést do praxe? Ukážeme vám, jak hodnoty, esence značky, archetypy a další nové prvky jednoduše implementujete do vytvářeného obsahu. Čekají vás příklady z praxe a jednoduchý postup, který si snadno vykradete pro vlastní použití.

11:05 - 11:30

Svět už nepotřebuje horizont

Adam Ondráček - Adam Ondráček

Jaký formát reklamy převáží v budoucnu? 72 % uživatelů se už ani neobtěžuje otáčet smartphone, aby sledovali klasické video. Na vertikální a horizontální formáty se podíváme optikou historie umění, psychologie a reklamy.

11:30 - 11:55

Chuť Londýna na Mácháči

Kryštof Kostroun - EverWhere

Uvedení ginu s tonikem v plechovce na trh se Beefeateru letos v létě podařilo i bez velkých festivalů. Bylo však potřeba rychle reagovat na situaci a během krátké chvíle změnit plány. Kdo pravidelně jezdí na festival Colours of Ostrava a navíc si tu a tam rád namíchá nějaký ten drink s ginem, sotva mohl v minulosti přehlédnout mobilní promo bar Beefeateru. Kdyby koronavirus letos tolik nezamíchal eventovými kartami, mohlo se to na letních festivalech hemžit maličkými plechovkami s předmíchaným koktejlem ginu s tonikem. Všechno však bylo jinak, novinku v podobě Beefeater Tonic si u vody nebo večer při hudbě otestovaly tisíce lidí a další se nechali k ochutnání zlákat díky osvěžujícímu obsahu na sociálních sítích.

11:55 - 12:20 **5 právních průšvihů, které dokážou znepříjemnit práci s obsahem**

Andrea Voříšková - eLegal advokátní kancelář

Na obsahu každé kampaně se podílí mnoho lidí. Copywriteři, grafici, tvůrci videa či fotek, webaři nebo třeba influenceři. Možná patříte mezi ty šťastné a všechny kampaně u vás proběhly hladce. Pojďme se ale mrknout, co všechno se při takové spolupráci může zvrtnout a na co je potřeba dopředu myslet. Pár příkladů z praxe vás možná přesvědčí o tom, že pořádek dělá přátele a základní znalost práva v marketingu ušetří čas i spoustu peněz.

12:20 - 12:50 **Oběd**

12:50 - 13:15 **Projev, který se nikdy nestal: Využití deepfake v obsahu**

Martin Svetlík - Ogilvy

Jak jsme "natočili" proslov, v němž prezident Zeman vyzývá k ochraně novinářů a dodržování ústavy? Co vůbec je technologicky možné technologií deepfake vytvořit a co z to, co je možné, se taky legálně smí? A k čemu by deepfake mohl jednou tvůrcům obsahu být? 20 minutový deepdive do jedné z nejzajímavějších technologií dneška na základě toho, co jsme si sami vyzkoušeli.

13:15 - 13:40 **Udělali jsme z Mekáče nového oblíbeného YouTubera**

Martin Pistulka - Follow Bubble

Pro McDonald's jsme připravili YouTube kanál o věcech, které ohledně hranolek a burgerů do teď nikoho nezajímaly. Najednou zajímají, přičemž to nejsou jen legrácky se spoustou views. Máme čísla (a taky best practises) a rádi se pochlubíme.

13:40 - 14:05 **Personalizovaná videa a kdy je (ne)použít**

Filip Koubek - Motionlab

Personalizovaná videa nejsou jenom marketingovým „buzzwordem" posledních let, ale dokáží přinášet také byznysové výsledky. Pokud jsou použita správně. V prezentaci se podíváme na principy jejich fungování, reálné kampaně a jejich výsledky.

14:05 - 14:20 **Coffee break**

14:20 - 14:45 **Jak vést externí redakci a nezbláznit se z toho**

Roman Čelechovský - Effectix.com

Nechat si budovat textový content externě je fenomén dnešní doby. Ale stojí to za ty nervy? Kde vzít schopné copywritery? Jak vytvořit funkční redakci, aby byli spokojení všichni – kopíci, vaši nadřízení, klient a především vy? A kolik taková sranda vůbec stojí? To vše se dozvíte na této přednášce, při níž nebude nouze o historky z praxe, nad kterými budete nechápavě kroutit hlavou.

14:45 - 15:10 **Paradox sponzorovaného obsahu: Čím méně je komerční, tím lepší jsou výsledky**

Ondřej Sitta - Seznam.cz

Lidé ignorují reklamu, protože reklama ignoruje je. Co se ale stane, když máte čtenáře až na prvním místě? Představím ukázky obsahu, který dokáže pohnout byznysem, aniž by zahrnoval chvalozpěv na klienta.

15:20 **Předpokládaný konec akce**