

# Content First 2021

---

6. května 2021 / 9:00 / Akce proběhne online

---

## Program akce

---

### Hlavní blok

- 9:00 - 9:10 Zahájení konference**  
Eliška Vyhnánková
- 9:10 - 9:35 Jak se přistupuje k obsahu v rodinné firmě**  
Jana Štěpánková - RYOR  
Ryor vyprodukuje spoustu materiálů, od katalogů, tištěné inzerce, přes blog, sociální sítě i živá vysílání. Jak se k jednotlivým projektům staví, jak plánují kampaně, kdo za tím vším stojí a možná vás překvapí, že ne vždy řeší cenu.
- 9:35 - 10:00 Knižní Závisláci. Facebooková komunita, která změnila úplně vše**  
Adam Pýcha - Knihy Dobrovský  
Knihy jsou stále v podstatě stejné. Pár set stránek, barva, desky a písmenka... Je možné u takto rigidního produktu zásadně změnit pojetí propagace a prodeje? Změnit ho tak, že se prodeje zvednou i o stovky procent? A ideálně to udělat bez jediné investované koruny v nákladech? Knižní Závisláci jsou projektem, který to dokázal a nezastavuje se ani v roce 2021. Projekt komunity Knižních Závisláků získal Českou cenu za PR LEMUR a dostal se do výběru Marketingové inspirace v anketě Křišťálová lupa.
- 10:00 - 10:25 Etiketa zlitá energetákem**  
Daniel Krásný - Socialsharks  
Pro social media kampaň jsme spojili dvě zdánlivě odporující si entity - mistra etikety Ladislava Špačka a energeták BIG SHOCK!. S odstupem času shrnuji, jaké to bylo, co to značce přineslo a jaké závěry z Dakarské etikety se mohou do budoucna hodit i vám.
- 10:25 - 10:40 Přestávka**
- 10:40 - 11:05 Jsou texty na Instagramu důležité?**  
Katka Pavlíčková - BGRAM  
Někteří lidé si myslí, že Instagram je pouze o krásných fotkách a texty tady nikdo nečte. Ale je to ve skutečnosti pravda? Chtějí lidé na Instagramu číst? A jak se na texty dívá samotný Instagram? Jsou pro něj důležité a jak je vyhodnocuje?
- 11:05 - 11:30 Jak jsme jako první v ČR začali s reklamou na TikToku**  
Tomáš Hansl - Bistro Social, Matouš Sudík - O2 Czech Republic  
V září jsme se rozhodli poprvé zařadit TikTok do media mixu kampaně a chtěli bychom se s vámi podělit, jak to dopadlo. S agenturou Bistro Social shrneme, jak kampaň na TikToku probíhala, co obnášely přípravy, jaké byly její výsledky a jaké jsou celkové dojmy z využití TikToku pro reklamu i jako sítě takové. Takže pokud přemýšlíte, jestli jít s kůží (firmou) na TikTok, tohle si určitě poslechněte!
- 11:30 - 11:55 Clubhouse for byznys**  
Markéta Karman - Markéta Karman  
Sociální síť Clubhouse vstoupila na český trh a doslova během pár dnů se stala fenoménem. Zatím je přístupná jen uživatelům značky Apple, ale už teď má pro byznys velký potenciál. Řekneme si, co lze od sítě očekávat a jak ji efektivně zahrnout do své strategie, aby se to pozitivně odrazilo i v našem podnikání.
- 11:55 - 12:20 Přednášku brzy upřesníme**
- 12:20 - 12:40 Přestávka**

## **12:40 - 13:05** **Tisíckrát ALE: Proč pravidla pro dobré texty nefungují?**

Bára Nováková - Komuniké

Pište krátké nadpisy. Nepoužívejte zápor. Soustředte se na výhody produktu. Striktních pravidel pro dobré prodejní texty jsou plné články. Jednu věc vám ale autoři těch článků zapomněli říct: Cesta k tuctovým textům je dlážděná „osvědčenými tipy“.

Pojďme na to jinak: Společně rozebereme jednotlivé tipy a ukážeme si, jak je používat s rozumem. Protože cílem reklamního textu není splnit všechna pravidla. Cílem je prodat.

## **13:05 - 13:30** **Jak postavit obsahovou strategii na SEO**

Josef Řezníček - Včeliště

Slabým místem obsahového marketingu většiny firem je propagace a distribuce obsahu. A jedním ze stabilních zdrojů potenciálních zákazníků může být návštěvnost z vyhledávačů. Pro úspěch stačí často o obsahovém marketingu přestat přemýšlet jako o publikování článků a zaměřit se na obsah celého webu, včetně například mikro a meta obsahu, struktury a aplikování základních SEO principů při copywritingu. Propojte optimalizaci pro vyhledávače s technikami obsahového marketingu a postavte svoji obsahovou strategii na SEO návštěvnosti. Těšit se můžete na ukázky a výsledky z praxe.

## **13:30 - 13:55** **Redakční obsah jako generátor prodejů na e-shopech**

Eva Máchová - FG Forrest

Články o historii značek prodávaného zboží, příběhy jejich ambasadorů a jiné zajímavosti z daného oboru, inspirační foto- a videogalerie a další obsah mimo produktový katalog – to jsou osvědčené součásti e-shopů. Data těch nejúspěšnějších vám ukážou, jak přispívá správně zvolená obsahová část e-shopů k jejich návštěvnosti, zvyšování konverzního poměru a k budování loajality zákazníků.

## **13:55 - 14:10** **Přestávka**

## **14:10 - 14:35** **Právní faily v obsahovém marketingu**

Petra Stupková - Legitas

Obsahový marketing není jednoduchá disciplína. Vyžaduje trpělivost, strategii a kreativní mysl. Hodit se bude i špetka právního povědomí. Některé kampaně se totiž v důsledku střetu se zákonem mohou značně prodražit. Pojďme se společně podívat na to, kde končí inspirace a kde už kradete (jako umělec). Jak poznám duševní vlastnictví, komu vlastně patří a jak jej efektivně chránit. Petra na praktických příkladech vyvrátí nejčastější právní omyly, které světem obsahového marketingu kolují a ukáže (drahé) faily přímo z praxe.

## **14:35 - 15:00** **Na co ty lidi vlastně klikaj**

Ondřej Sitta - Seznam.cz

Reklama je v podstatě boj o pozornost a samotný obsah, ani ten dobrý, nestačí. Těch možností a lákadel je totiž na každém rohu hodně, zvláště v online prostředí. Jen na Seznamu můžete narazit na bannery, videospoty, nativní reklamu, redakční obsah, komerční obsah, podcasty a další. Ukážeme si, co v rámci jednotlivých formátů funguje. Jsou to konkrétní barvy, vykřičníky nebo prsa? Pojďte si zatipovat. (Disclaimer: tuto přednášku nesponzoruje žádná sázková kancelář, ale měla by)

## **15:00 - 15:25** **PODRAVKA: Od semínka k Ajvaru**

Karolína Junková - FUSE, Jakub Lávička - Omnicom Media Group

Tlak značek na zvyšování povědomí o produktu a budování komunity nikdy neustane. Ne vždy se ale musíme bavit o velkých reklamních plochách nebo přehnaně kreativních formátech. Někdy zkrátka stačí dát fanouškům to, co chtějí. A to se FUSE s půlroční kampaní na téma ‚Vypěstuj si vlastní Ajvar‘ povedlo.

## **15:25 - 15:50** **Přednášku brzy upřesníme**

## **15:50** **Předpokládaný konec konference**