Content First 2022

26. května 2022 / 9:00 / Jalta Boutique Hotel Václavské nám. 818/45, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 **Zahájení konference**

Eliška Vyhnánková

9:10 - 9:35 **Content (jako) od Porsche**

Ondřej Tyleček - Fairy Tailors

Jak postavit obsahovou strategii, která odráží hodnoty značky, baví zákazníky a prodává auta za miliony? Kreativní agentura Fairy Tailors už více než tři roky šije obsah na Instagram a Facebook českého Porsche. Ondřej Tyleček vysvětlí strategický i kreativní přístup k sociálním sítím slavné značky a na příkladech a datech ukáže, co skutečně funguje.

9:35 - 10:00 **TikTok jako trendsetter nové generace**

David Duc - ShortPRO

Jaké formáty videí jsou na TikToku? Opravdu jsou to jen tanečky? Je lepší organika, influencer marketing nebo placená reklama? Jak vytvořit obsah, který se na TikToku chytne?
Ukážeme si firmy, které platformu naprosto nepochopily a nepřizpůsobily se jejímu „jazyku“. Na straně druhé si uvedeme příklad českých značek, které dokázaly naplno využít potenciál této platformy. Na příkladových studií, jako jsou Super Zoo či NUGOSU, si ukážeme, jak přistupovat k tvorbě strategie a jaké výsledky můžeme očekávat.

10:00 - 10:25 **LinkedIn články na firemním profilu: Case study People of CzechTrade**

Martin Buřič - Fragile media

Zaměstnanci ve veřejné sféře se potýkají se stereotypy a podceňováním. To byl i případ agentury CzechTrade, kde přitom pracují skuteční odborníci na export a zahraniční ekonomiku.
Koncept People of CzechTrade bourá předsudky. Ukazuje zaměstnance exportní agentury jako odborníky a především jako zajímavé osobnosti s neobyčejnými životními zkušenostmi i zájmy.
Jak na rychlých sítích zaujmout a upoutat pozornost dlouhým příběhem?
Riskovali jsme s poměrně novým formátem na LinkedIn – články. Dlouhý formát, kterému bychom standardně na poli sociálních sítí asi moc šancí nedávali. Nás však svými výsledky nadmíru překvapil a po roce zkušeností můžeme říct, že je to jeden z nejúspěšnějších formátů, který na LinkedIn pro firemní profily existuje.

10:25 - 10:55 **Coffee break**

10:55 - 11:20 **Jak jsme vypsali pozici na práci snů, aneb influencer marketing od nuly**

Nikola Bergmanová - Outdoor Concept (HANNAH), Tomáš Šebesta - Outdoor Concept (HANNAH)

Jsme HANNAH, ambiciózní česká značka s 30 lety zkušeností. Umíme, ale pořád se chceme posouvat dál. Každý den. Krok po kroku. Žijeme outdoor. Tvoříme outdoor. Pro nás. Pro naše zákazníky. Funkčně. Komfortně. Stylově. Jsme v pohybu od roku 1991.
→ Jak tohle všechno předat a vysvětlit lidem? Nijak! Je třeba jim to ukázat, proto jsme zapojili do naší komunikace vlastní ambasadorku, která tyto hodnoty žije a ukazuje každý den. Jak to celé vzniklo a jak to aktuálně běží si poslechnete i přímo od ambasadorky Nikol, alias @jsemhannah.

11:20 - 11:45 **Využití influencer marketingu pro tvorbu virálního obsahu**

Sára Šimáčková - Pure stuff

Mnoho začínajících startupů si neví rady, jak začít s marketingem své značky. Volí složitá řešení, která nejsou z hlediska omezených kapacit a budgetů možná. Influencer marketing je stále pojem, který spojujeme zejména s oblastí fashion a lifestylem. Stejně tak ho ale můžeme propojit se světem inovací a technologií. Navíc za minimální náklady lze vytvořit poutavý obsah. Jak? To se dozvíte právě v mé přednášce.

11:45 - 12:10 **Rozjeli jsme to s Campiri**

Kryštof Kostroun - EverWhere

Nedávno vznikl nový start-up, který si dal za úkol zmodernizovat oblast půjčování a sdílení obytňáků a my si dali za úkol nakopnout jejich profily sociálních médií. Navnímali jsme vizi a vytvořili strategii komunikace v rámci socialu, která se nesla v duchu myšlenky projektu, tedy zjednodušit a zpříjemnit cestování, nechat lidi objevit nová místa a zažít nové zážitky. O konkrétních krocích, zapojení publika, nebo cestovatelů se dozvíte na přednášce.

12:10 - 12:35 **Jak by měl správně vypadat recenzní obsah z pohledu obsahové strategie**

Milan Pichlík - eHUB.cz

Recenzujete nějaký produkt a přemýšlíte nad tím, jak by textová podoba takové recenze měla vypadat? Jak to nezpackat z hlediska SEO? Víte, co je to obsahové UX? To vše a mnohem více najdete v přednášce Milana Pichlíka prakticky a bez bullshitu.

12:35 - 13:35 **Oběd**

13:35 - 14:00 **Jak nebouchnout a nevyhořet **

René Nekuda - RenéNEKUDA.cz

Jak přicházet stále s novými nápady i po 15 letech práce v kreativním oboru? Existují nějaké ověřené způsoby, jak pečovat o svoji tvořivost? Co znamená tvůrčí blok a pracovní vyhoření? Počkat, počkat – možná by bylo mnohem lepší začít u prevence, než rovnou u hašení problémů…

14:00 - 14:25 **Video akademie pro podnikatele: jak si iDoklad vytváří budoucí zákazníky**

Kateřina Kalivodová - Obsahová agentura

Jaké by to bylo, kdybyste měli „obsahový stroj“, který vaši cílovou skupinu zachytí v tu správnou chvíli? Pomůže jí s problémy, které právě řeší, vybuduje pozitivní vztah k vaší značce a část z ní promění na zákazníky? A to všechno bez toho, aniž byste museli neustále vytvářet tuny nového obsahu?
Právě to se povedlo fakturační službě iDoklad, pro kterou jsme vytvořili obsah do mini akademie pro začínající podnikatele. Z přednášky zjistíte, jak obsahové „perpetuum mobile“ funguje a jak ho vytvoříte pro vlastní značku.

14:25 - 14:50 **Podcast a jeho tvorba**

Tomáš Šusta - EP Events and Production

Nastíníme si, jak vytvořit podcast od první myšlenky až po publikaci. Zaměříme se především na kvalitu zvukové stopy. Ukážeme si příklady, jak by se podcast neměl dělat a jak by podcast měl znít. Budeme si povídat o posledních trendech z podcastového světa. Zjistíme, jakou roli hraje podcast v marketingovém mixu.

14:50 - 15:20 **Coffee break**

15:20 - 15:45 **Jak vybudovat úspěšný zpravodajský podcast (a pak mu postavit konkurenci)**

Lenka Kabrhelová - Seznam Zprávy, Radek Kedroň - Seznam Zprávy

Od Vinohradské 12 k 5:59. Už podruhé stavíme novou značku pro audiopublikum. Jakých chyb je dobré se vyvarovat? A jak složité je zaujmout konzervativní posluchače? A je možné vytvořit na stejném půdorysu nový love brand?

15:45 - 16:10 **Efektivní obsahová strategie na vlně procesů a experimentů**

Vladimír Melík - Freelo

Jak vypadá obsahová strategie nejdoporučovanějšího českého nástroje na projektové řízení, který využívají desítky tisíc kapitánů? V prezentaci si prakticky ukážeme, jak lze s poměrně malým rozpočtem tvořit úspěšný obsah, který dopluje za stanovenými cíli. Řekneme si, co nám (ne)zafungovalo, a samozřejmě nebudou chybět praktické triky pro vaši posádku. Nebojte se experimentovat – tvořte video obsah, nahrávejte podcasty a plavte se na místa, kde vaše konkurence zatím není.

16:10 - 16:35 **Vaše kampaně na klíč (aneb pozdě bycha honiti)**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Tvoří vám agentury reklamní spoty na klíč? Nebo jste sami agenturou a pro klienty spoty zajišťujete? Jak se právně liší videa od billboardových kampaní? Jaká práva si pohlídat a kdo za ně dává hlavu na špalek? Jaké chyby děláte při spolupráci s herci? Víte, co si pohlídat při práci s dětmi? Kdo zajišťuje a platí poplatky OSA? Posvítíme si na nejčastější omyly – aby vás reklama nestála víc, než je stanovený rozpočet. Na příkladech, prakticky a způsobem, který si budete pamatovat.

16:35 **Předpokládaný konec konference**