Content First 2024

28. května 2024 / 9:00 / Jalta Boutique Hotel Václavské nám. 818/45, 110 00 Praha 1

Program akce

Velký sál

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Filip Rožánek - Internet Info

9:10 - 9:35 **Umělá inteligence: váš nejspolehlivější kreativec**

Nikola Foktová - Leo Burnett & MSL

Nechodí pozdě, ani s kocovinou. Umí navrhnout koncept, natextovat web, během pár vteřin vystřihnout dechberoucí vizuál. Naučí Beyoncé plynně česky, urychlí video postprodukci o desítky procent a závěrem vám všechny kreativy otestuje na tři kliknutí. Kreativní parťák snů? AI.
Kreativní ředitelka agentur Leo Burnett a MSL, Nikola Foktová, využívá se svými kreativci nástroje umělé inteligence napříč celým kreativním flow. Ve své přednášce vám představí praktické rady, tipy a AI nástroje, které vám pomůžou nejen zefektivnit váš vlastní tvůrčí proces, ale hlavně najít v umělé inteligenci parťáka, se kterým je radost pracovat. Tyto tipy přitom využijete i když neděláte v reklamě a marketingu. Dozvíte se, jak si zabrainstormovat s Einsteinem, jak zlepšit své prompty, abyste z AI toolů dostali ještě lepší výsledky i jak si své návrhy rovnou otestovat.

9:35 - 10:00 **Natáčejte videa s AI jako Spielberg! Nebo Troška...?**

Jakub Křenek - Adison

V loňském roce všichni prezentovali, jak nám AI nástroje typu ChatGPT, Bard, Midjourney nebo Dall-E mohou či nemohou pomáhat s tvorbou obsahu. Zatímco se tyto technologie stávají běžnou součástí každodenní práce většiny z nás, pojďme naskočit na vlnu, které se na svět teprve klube: AI videa! Vítejte ve světě, kde si svůj brandový velkofilm za pár šušňů může natočit úplně každý. Anebo ne...?
Jakub v prezentaci shrne aktuální stav tvorby videí s využitím umělé inteligence a představí možnosti, které si každý účastník konference může snadno vyzkoušet hned druhý den. Nabídne ukázky a detaily toho, jak s tvorbou videí pro značky pracují v agentuře. Ukáže také best practices a konkrétní doporučení, s čím a jak pracovat a taky jak si nastavit očekávání.

10:00 - 10:25 **Jak prakticky využít AI při optimalizaci webu pro vyhledavače**

Kateřina Líbalová - WPP Media

Umělá inteligence neminula ani oblast SEO – neboli optimalizaci webů pro vyhledavače. K čemu AI s klidem použít a co si (zatím) nechat ve svých rukou? To si ukážeme na praktických příkladech a formou srozumitelnou i pro SEO laiky.

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

10:55 - 11:20 **Jak uvařit správný obsah**

Alice Divišová - HEINEKEN Česká republika, Tereza Raidová - Ogilvy

K výrobě piva potřebujete chmel, slad, vodu a pivovarské kvasinky. Recept na úspěšné a obsahově silné PR bývá o poznání větší alchymie. Hlavní ingrediencí je bezpochyby DNA značky. Jaké jsou další přísady? To vám prozradí řečnické duo složené z Ogilvy PR a pivovarnické skupiny Heineken. Na průřezu kampaněmi a komunikací lokálních pivních značek uvidíte, jak se díky dobře uvařenému a správně okořeněnému obsahu může značka svou hravostí přiblížit k zákazníkům, smysluplnou podporou ke komunitám nebo odvážnými kroky třeba i ke konkurenci.

11:20 - 11:45 **9 chyb, kterých se (možná) dopouštíte při tvorbě obsahu**

Karolína Kropíková

Využíváte ve svých reels útržky z filmů? Uvádíte v copy, že jste v něčem „NEJ“? Využíváte reakční marketing? Dáváte důraz na odpovědnou stránku vašeho brandu? Nebo na švýcarské kořeny vašeho produktu? A promptujete AI?
Přijďte se s Karolínou z eLegal podívat na to, jak to všechno dělat dál, ale právně správně. 9 příkladů z praxe a konkrétních chyb, ze kterých se poučit.

11:45 - 11:55 **Energie jako náš nejcennější zdroj**

Hana Weaver - Fpohybu

Zažijte interaktivní desetiminutovku, která vás doslova napumpuje energií! Na vlastním těle si vyzkoušíte chytré hacky, jak snížit negativní dopad častého sezení na naše tělo i mysl a jak se znovu nastartovat, když fokus klesá. Podnikněte jednoduchý krok k silnějšímu zdraví a duševní pohodě.

11:55 - 12:20 **Proč (sakra) nepoužíváte AR?**

Petr Koubek - LCG New Media

AR – rozšířená realita. Lidi baví, značkám přináší výsledky a nemusí stát ranec. Tak proč jí skoro vůbec nepoužíváte? Máme data, která všechna tahle tvrzení podloží a máme zkušenosti, jak vám pomoct AR konečně začít používat. Na všechno mrknem. A ano, i letos budou humory o tom, co děláte v pracovní době na toaletách. Ale tentokrát v rozšířené realitě.

12:20 - 12:45 **Organický vývoj marketingu značky**

Jan Trval - Angry Beards

Angry Beards už řadu let oslovují své zákazníky originální komunikací a humorem, který není pro každého. Tam, kde by se jiní zastavili, jdou vousáči plnou parou vpřed. Občas je to sice semele, ale to je součástí týhle hry. Honza Trval, CEO Angry Beards, bude na přednášce mluvit o tom, jak se dá kontroverze využít ve prospěch značky. Kdy kočírovat kreativitu (jestli vůbec někdy)? A jak se tenhle vousatej cirkus podepisuje na vedení a financích firmy?
Kromě toho se můžete těšit na Honzovi historky o různých ups and downs české kosmetiky, co má koule.

12:45 - 13:45 **Oběd**

13:45 - 14:10 **Když obsah pro Vesper Homes boostuje výkonnostní kampaně**

Dominika Czyzová - CZECH PROMOTION

Máte skvělou komunikační strategii, co teď? V naší prezentaci vám na příkladu klienta Vesper Homes ukážeme, jak dát strategii život v obsahu a jak můžete podpořit výkonnostní kampaně.
Nečekejte teoretické výklady, ale praktické návody, tipy a triky, které hned začnete aplikovat ve své praxi. Ukážeme vám, jak propojit různé kanály (podcasty, YouTube i další sociální sítě), abyste z jednoho tématu vytěžili maximum. Naučíme vás jak efektivně tvořit obsah, který poslouží více účelům.

14:10 - 14:40 **Jaké SoMe metriky sledovat pro vyhodnocování SoMe cílů**

Lukáš Bartošek - Business Factory, Petra Pokorná - Business Factory

Je obsah král? Pouze v případě, že je založený na datech. Ta poskytují cenné informace nejen o výkonu, ale pomůžou vám zjistit, co zajímá vaši cílovou skupinu. Stačí vědět, které metriky stojí za to sledovat a jak s nimi naložit dále v rámci obsahové strategie.

14:40 - 15:05 **Jak tvořit úspěšný obsah díky datům, aniž byste viděli jedinou tabulku**

Vojtěch Matoušek - Czech Video Center

To, že content je king, je už mnohaletý buzzword. Dlouhodobě rostou marketingové investice do obsahu (globálně mezi 15 až 20 % ročně), a to jak do výroby, tak do spolupráce s obsahovými tvůrci nebo firmami. Jak ale zajistit to, že vytvořený obsah, ať už influencerem nebo firmou, u publika opravdu uspěje? A nebude se tvořit jen tak “do zdi”? Odpovědi máme vlastně celou dobu. Jsou v datech o chování publika, o jeho preferencích, v datech o chování algoritmů nebo třeba o efektivním adresování trendů. Jen je často složité se takovými daty zabývat a je více než snadné se v nich hned utopit.
Proto v ČR vyvíjíme unikátního virtuálního datového asistenta Carla. Ten je určen komukoliv, kdo tvoří obsah na sociálních sítích. Aplikace je postavena na bázi “no charts, no tables”, tedy dává konkrétní insighty a doporučení (navázané na vlastní obsah) pro lepší výkon, a to lidskou a jednoduchou formou.

15:05 - 15:35 **Coffee break**

15:35 - 16:00 **Zákazníci vám nevěří. A teď co s tím?**

Bára Hlavicová - Komuniké

Maminky nás učily, že nemáme věřit cizím lidem. Zvlášť když po nás chtějí peníze. Jenže co když jste ti cizí lidi vy? A co když fakt chcete po ostatních peníze?
Smiřte se s tím, že vám zákazníci nevěří. Jakmile to přijmete, můžete to začít měnit. Ukážu vám, jak si získat důvěru zákazníků ždibíček po ždibíčku.

16:00 - 16:25 **Vstup značky Trendyol - jak probíhá kampaň s influencery na 7 evropských trzích**

Martin Fryč - WOO

Trendyol jakožto e-commerce gigant vstoupil v tomto roce na 7 evropských trhů s marketingovou strategií postavenou na influencerech. Jak se taková kampaň odbavuje, kolik influencerů bylo celkově zapojeno, jak se vypořádat s kulturními rozdíly a jaký byl výsledek zmíněné kampaně? To vše se dozvíte v Martinově přednášce a k tomu ještě navíc i ty největší bizáry z jednotlivých trhů.

16:25 - 16:50 **Trendy v obsahu na LinkedIn 2024**

Radka Legerská - Copynoty

Obsah na LinkedIn je v marketingových mixech pořád trochu za Popelku. Pokud už firmy publikují na této sociální síti, děje se tak většinou na firemních profilech. Přitom ti, kteří už přesedlali na #personalbranding a #bossbranding, výrazně cítí pozitivní dopad na #brandawareness, případně vytěžují leady. Přijďte si poslechnout, jak letos psát na této sociální síti psát tak, abyste byli in, a přitom si plnili marketingové či obchodní cíle.

16:50 **Předpokládaný konec konference**

Malý sál

10:55 - 11:55 **WORKSHOP: Vaše AI tvorba a právo v marketingu**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Jak promptovat, aby byly výstupy z AI nástrojů opravdu vaše? Co do promptů nepatří, abyste mohli vy i vaši klienti klidně spát? Co si u AI nástrojů pohlídat a jak promptovat obrázky reálných lidí? Má se AI obsah v marketingu označovat? Co si pohlídat ve smlouvách s klienty i dodavateli, pokud máte nového AI člena týmu? A kudy vede hranice mezi inspirací a vykrádáním cizí tvorby?
Mrkneme na to prakticky, na příkladech a způsobem, který vás bude bavit.