Content First 2014

11. června 2014 / 9:00 / Multikino Cinestar – Anděl ul. Radlická 3179/1E, 150 00 Praha 5 – Smíchov

Program akce

Hlavní blok

8:30 - 9:00 **Registrace účastníků**

9:15 - 9:55 **Keynote: Content marketing v moři odpadu**

Stan Woods - Velocity

Firmy dnes bojují o pozornost zákazníků na život a na smrt. Přitom ale poznávají, že průměrný obsah nefunguje. Dokonce už nestačí ani dobrý obsah. Musí totiž být doslova úžasný. Prozradím vám recept, jak vytvářet inteligentní, cenný a zábavný obsah, který lidé budou chtít sdílet dál. Popovídáme si o dvou klíčových bodech, díky nimž vyniknete. Projdeme si konkrétní příklady a případové studie ze světa B2B, který je plný specialit a zvláštností.
Uvidíte:
• Proč ani nadprůměrný obsah nestačí.
• Jak skvělý firemní obsah přináší výrazné výsledky i bez větších investic.
• Jak dát homerun pomocí obsahu.
• Co přijde dál?
O svých zkušenostech bude Stan Woods mluvit v anglickém jazyce.

10:00 - 10:20 **Má vůbec smysl jen tvořit originální produktové popisky? Které nejlépe prodávají na Alza.cz?**

Ondřej Doležel - Alza.cz

Alza.cz už od svého založení zvolila jednoduchou strategii – nespoléhat na veřejně dostupný obsah, ale tvořit si svůj vlastní. Jak to děláme, co pokládáme za důležité a jak vlastně velká je celá tahle mašinérie? Vyplácí se to vůbec, když je internet plný rychle dostupných informací o produktech?

10:25 - 10:45 **COFFEE BREAK**

10:45 - 11:05 **Proč potřebujeme nativní reklamu?**

Aleš Miklík

Bannerové slepotě předcházela ještě jedna: slepota na nečitelné tiskové zprávy. Firmy chtějí content marketing, média chtějí prodávat publikum, ale jak to skloubit, aby se publikum také chtělo nechat koupit? Odpovědí může být nativní reklama - články psané tak, aby se čtenář nenudil.

11:10 - 11:30 **BMW: továrna na prémiový obsah**

Petr Škaloud - BMW Vertriebs GmbH - organizační složka Česká republika

Několik praktických ukázek, jak lze vytvářet obsah pro specifickou cílovou skupinu prémiových vozů jako je MINI a BMW. Kombinace online a off-line obsahu a jeho využití v různých komunikačních kanálech.

11:35 - 11:55 **Jak vycvičit Content Dream Team**

Jan Ambrož - Wunderman

Chcete-li skórovat obsahem, bez kvalitních spoluhráčů si neškrtnete. Zároveň je lepší řídit sehraný šik firemních copywriterů, než trpět móresy solitérních autorů. Proto vám povím, jak nadchnout a sladit obsahový tým. Dokážete zlepšit psaní i procesy a snížíte hladinu remcání na přijatelné minimum.

12:00 - 12:25 **Co dokážete vyždímat z Google Analytics pro svůj obsah**

Pavel Jašek - Google Czech Republic

Přehled praktických postupů, které pomohou při psaní a vyhodnocení textů. Využití nového Seskupování obsahu a dalších funkcí Google Analytics pro chytřejší analýzu navigace návštěvníků a zobrazování kategorií obsahu na webu.

12:30 - 13:25 **OBĚD**

13:30 - 13:50 **Příklad netradičního obsahu: Živá bannerová kampaň pro Magnesii**

Martin Svetlík - Ogilvy

Dokáže zajímavý obsah zlepšit fungování tak nudného komunikačního kanálu, jakým je bannerová kampaň? Je dnes ještě možné uživatele na internetu obsahem překvapit? A kolik bannerů se dá vymyslet za jednu minutu? Případová studie první živé bannerové kampaně v Česku očima jejího autora.

13:55 - 14:15 **Jak řídit tvorbu obsahu od začátku až do konce**

Martin Groman - Boomerang Communication

Vznik Das Auto. Magazínu pro český Volkswagen od A do Z. Od nápadu, redesignu, přes redakční radu, překlady, design, nápady, zpracování až po vydání. Co potřebujete k úspěchu a co vám naopak zaručeně hodí klacky pod nohy. Nejlepší magazín je vždycky ten váš. Jak může vzniknout kvalitní lifestylový magazín o autech jako fenoménu, kterým s radostí zalistují nejen fanoušci značky nebo její manažeři, ale všichni návštěvníci showroomu, zákazníci a to ti současní i budoucí. A k tomu sociální sítě jako nášup.

14:20 - 14:40 **Technologie & pokročilé cílení obsahu**

Jan Havel - Actum

Vytvářet a udržovat obsah relevantní pro různé příjemce může být organizačně i finančně náročné. Pro úspěch je klíčová správně vybraná technologie a chytře navržené procesy. Podívejme se na příkladech největších globálních firem, jak se s tím v praxi popraly.

14:45 - 15:05 **Proč se mi nelíbí rada „Budujte kvalitní obsah!"**

Marek Prokop - PROKOP software

Nemám rád sousloví „kvalitní obsah“, protože má nejasný význam, který si každý vykládá jinak. Ještě méně se mi líbí rady typu „Budujte kvalitní obsah!“, protože se jimi většina firem nedokáže řídit. Pojďme se tedy zamyslet, co je kvalitní obsah, kdy se ho daří tvořit a kdy nedaří.

15:10 - 15:30 **McDonald’s Na rovinu: Dialogem k důvěře**

Darko Silajdžić - DDB

Jak vykopnout a dlouhodobě udržovat konverzaci se svými zákazníky a soustavně pracovat na zlepšení důvěry k velké světové, často kritizované, značce? Popis strategie a principů unikátní kampaně, která je primárně založená na neustálém vytváření nového obsahu, který je přímo žádán zákazníky i širší veřejností.

15:30 - 15:50 **COFFEE BREAK**

15:50 - 16:10 **Jak jsme se stali garanty komunikace v O2**

Zuzana Šenoltová - PEARS HEALTH CYBER, Jan Vichr - O2 Czech Republic

Začali jsme workshopem, jak psát lepší e-maily, a skončili (prozatím) jako garant přímé komunikace se zákazníky O2. Ukážeme vám, jak on-line přístup aplikujeme na off-line obsah, a podělíme se o zkušenosti, jak něco takového ve firmě prosadit.

16:15 - 16:35 **"Prodavači netančí," aneb bavíme, nebo budujeme značku?**

Vilém Rubeš

Stejně jako v jiných odvětvích marketingové komunikace se často rodí "umění pro umění," tvořené a hodnocené experty pro experty. Jak content mktg pomáhá - a jak naopak může škodit budování značky či prodeji?

16:40 - 17:00 **Mistři ligy - mistři obsahu**

David Pavlíček - AC Sparta Praha

Existuje několik zásadních rozdílů, kterými se AC Sparta liší od společností nabízejících tradiční služby a zboží. Právě tyto odlišnosti dělají naši práci snazší i těžší zároveň. Přestože je ale naše situace natolik specifická, jistě v ní najdete inspiraci i pro tvorbu vašeho obsahu.

17:00 **Předpokládaný konec konference**

Workshopy

10:45 - 11:30 **5 pravidel, jak vytvářet skvělý obsah**

Stan Woods - Velocity

Co se naučíte: Jak sestavit ideální tým pro obsahový marketing, pro jaký obsah se rozhodnout a jak zhodnotit návratnost investic.

13:30 - 14:15 **Aktivace obsahu napříč platformami**

Ondřej Peterka - Graph Aware s.r.o.

Pokud už máte skvělý obsah, který podporuje vnímání značky, tým, který se o něj postará a funguje vám ediční kalendář, zbývá poslední drobnost. Jak ho správně umístit na jednotlivé platformy. Jakou platformu zvolit jako hlavní, jaké jako pomocné. Zaměřit se na přesně cílené placené šíření, nebo raději "levnější" virální. Probereme nástroje digitálního (sociální sítě, 3. strany, placená návštěvnost) i reálného světa.