Czech Internet Forum 2013

23. října 2013 / 9:00 / Divadlo Archa Na Poříčí 26, 110 00 Praha 1

Program akce

Velký sál

9:00 - 9:15 **Úvodní slovo**

Ján Simkanič - Deník N

9:15 - 9:55 **Keynote: Information is Power. Empower yourselves!**

Richard Hunt - Marketing Solutions

Benchmarking our country against other countries helps us understand better how our country is being governed. We are governed better when we actively hold those in public leadership positions, to account. If we are more active citizens, we can effect change. The digital community is a Czech strength on the world stage - but it needs to assert itself.

10:00 - 10:30 **Coffee break**

10:30 - 12:30 **Velká mediální debata - Co čeká českou mediální scénu v roce 2014**

Petr Bažant - OMD, Michal Feix - Seznam.cz, Daniel Grunt - TV Nova, David Hurta - Mladá fronta, Petr Koubský - Deník N, Petr Král - Blue Milk, Pavel Krbec - Home Credit International a.s., Roman Latuske - Economia, Vladimír Piskáček - Economia, Regina Sehnalová - BigMedia, Ján Simkanič - Deník N, Jaromír Skopalík - BAUER MEDIA, Jiří Svoboda - WPP Media, Libuše Šmuclerová, Daniel Šturm - NetSoft Limited

Největší mediální debata letošního roku ukáže sílu a slabiny českého mediálního trhu. Přední osobnosti mediahousů, mediálních agentur a inzerentů a jejich názory na to, jestli se dnes vyplatí provozovat média, kolik z nich se na českém trhu uživí a jestli rok 2014 bude lepší, nebo horší než ten letošní. Dva moderátoři (Petr Koubský, Ján Simkanič) a 13 hostů během dvou hodinové diskuse, která rozhodně nebude hladit po srsti.

12:30 - 13:20 **Oběd**

13:20 - 14:20 **Debata: Nové formy cílení a plánování online reklamy**

Miloš Kriššák - MSD IT Global Innovation Center, Jiří Malý - PROGRAMMATIC, Matěj Novák - Cruxo, Martin PICEK - H1.cz, Ondřej Slavík - Heureka Shopping, Jan Zdarsa - Google Czech Republic

Největší popularizátor nejmodernějších trendů plánování internetové reklamy Matěj Novák vyzpovídá své hosty, abyste se mohli dozvědět ty nejčerstvější tipy, jaké způsoby a technologie mohou zefektivnit vaši inzertní komunikaci na internetu. Jak v praxi funguje RTB? Jde o dobrý nástroj pro výkonnostní marketing? Nabízí behaviorální cílení opravdu přidanou hodnotu? Kdo a k čemu ho skutečně využívá?

14:20 - 14:40 **Pár neuctivých slov k vynálezům trojúhelníkových kol**

Peter Lelovič - CONCEPT 42

Peter, tradiční speaker a jedna z nejoblíbenějších tváří naší konference vyvolávající vášnivé ohlasy, se opět podívá na internetový trh z jiného pohledu – a začne až někde ve starověku. Myslíte si, že dnešní kupující chce a potřebuje nechat si do všeho kecat o moc víc než ten starověký? Opravdu jsou internetové přístupy natolik nové, nebo jenom stále natolik nedospělé?

14:45 - 15:15 **Jak změnit svět s Peklem na talíři**

Petr Koubský - Deník N, Roman Vaněk - Pražský kulinářský institut

Z internetového pořadu Peklo na talíři z produkce Stream.cz se stal společenský fenomén a Roman Vaněk nejen internetovou celebritou s nominacemi v anketě Křišťálová Lupa. Témata jako maso v Albertu napíchané vodou nebo pořad o Šmejdech dokonce vedly ke konkrétním pozitivním změnám. Jak tento úspěch vnímá jeho hlavní aktér, co všechno mu Peklo dalo a co od něj můžeme očekávat dál? O tom si s Romanem Vaňkem bude povídat Petr Koubský.

15:15 - 15:45 **Coffee break**

15:45 - 16:05 **Kdo, co, od koho**

Josef Šlerka - Nadační fond nezávislé žurnalistiky

Stovky nových zpráv vychrlí české zpravodajské servery denně. Jenže kolik z nich je jich skutečně původních a kolik převzatých? Kdo od koho přebírá a kdo je skutečným leadrem mezi servery. Na to vše se pokusí odpovědět výzkum Studia nových médií.

16:05 - 17:00 **Debata: Co je kvalitní obsah a jak si za něj nechat zaplatit?**

Tomáš Bella - Deník N, Josef Bouška - Blue M, Robert Čásenský - Reportér Magazín, Petr Koubský - Deník N, Jan Majer - Mindlab, Miroslav Motejlek - motejlek.com, Ján Simkanič - Deník N, Jindřich Šídlo - Seznam.cz, Saša Uhlová - Deník Referendum

Je internetový obsah pouhým nosičem reklamy, nebo má hodnotu sám o sobě a uživatelé jsou ochotni za něj vydávat své peníze? Jak se takový hodnotný obsah pozná a jak ho lze v českých redakčních podmínkách vytvořit? Své názory představí renomovaní novináři, kteří opravdu vědí, co je kvalitní obsah.

17:00 **Předpokládaný konec konference**

Malý sál

10:00 - 10:30 **Coffee break**

10:30 - 11:00 **Jak zvýšit příjmy z prodeje reklamního prostoru – tipy pro vydavatele**

Toms Panders - Gemius

Jaké metody by mohly zlepšit celkový výkon reklamního prostoru vydavatele? Jak by měl vypadat postup při prodeji reklamního prostoru a jaké automatické funkce optimalizace adserveru mají vydavatelé k dispozici? Situace se komplikuje, když vydavatelé plánují současně dva typy kampaní: CPM a CPC. Řešení této situace závisí na možnostech adserveru, který monitoruje reklamní kampaně a spravuje reklamní prostor. Prezentace uvádí příběh úspěšného tureckého vydavatele Mynet.com, který dokázal výrazně zvýšit své eCPM v období pouze jednoho roku, a ukazuje několik tipů potřebných pro správný management reklamního prostoru.

11:05 - 11:25 **Piráti a distributoři nemohou žít v opozici natrvalo**

Tomáš Vyskočil - FILMTORO

Už dlouhá léta trvá válka mezi piráty a filmaři. Na jedné straně ulozto.cz nebo warforum.cz spojované s pirátským obsahem, často napadané, ale stále existující. Na druhé straně filmoví producenti, televizní společnosti, často útočící, ale stále bez velkého vítězství. Velké mediální přestřelky se rozplývají v malé reálné postupy někam. A jak už to bývá v každé dlouhotrvající válce, nejvíc tím trpí běžný člověk. Píše se rok 2013, jsme devět let v EU, mobilů je u nás více než lidí, na železnici máme zběsilou konkurenci, ale pokud si chcete pustit Titanic online, je to stejně právně nečisté jako kouřit trávu nebo jít za prostitutkou.

11:30 - 11:35 **Češi se knih jen tak nezbaví, ale mají u nich šanci i ty elektronické?**

Hana Friedlaenderová - Nielsen Admosphere

Výzkumy ukazují, že Češi patří v rámci Evropy k národům se silnou čtenářskou kulturou. Na první pohled tedy ideální prostředí pro šíření elektronických knih. Je však postoj české internetové populace k elektronickým knihám skutečně vstřícný nebo jsou Češi sice velkými, ale zároveň také konzervativními čtenáři, kteří se elektronickým knihám spíše brání? Považují dnešní čtenáři současnou nabídku e-knih na českém trhu za dostatečně lákavou z hlediska šíře nabízených titulů i nabízených cen?
E-books 2013, Český národní panel a MEDIARESEARCH

11:40 - 12:30 **Už se vyplácí prodávat e-knihy?**

Tomáš Baránek - Jan Melvil Publishing, Olga Zbranek Biernátová - Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Alžběta Havlová - Český rozhlas, Václav Kadlec - Albatros Media, Jiří Vlček - Palmknihy, Hana Žáková - Alza.cz

Podíváme se, jak si aktuálně stojí trh s e-knihami, kolik se jich prodává a jestli se na tom dá vydělat. O tato fakta požádáme nejdůležitější osobnosti (e)-knižního trhu v hodinovém povídání.

12:30 - 13:30 **Oběd**

13:30 - 14:30 **Debata: Může mobilní obsah někoho uživit?**

Jiří Budinský - Allegro, Michal Klíma, Petr Koubský - Deník N, David Lorenc - Seznam.cz, Ján Simkanič - Deník N, Michal Šrajer - AVAST Software, Lucie Tvarůžková - Benxy s.r.o., Patrick Zandl - CZ.NIC, zájmové sdružení právnických osob

Dramaticky roste počet mobilních přístrojů, počet uživatelů mobilního obsahu a doba s ním strávená. Investice do mobilní inzerce tento trend nekopírují, natož aby se dokázaly klasické internetové inzerci vyrovnat cenou. Jak jsou na tyto změny vydavatelé, inzerenti a agentury připraveni? Zeptáme se hned několika z nich.

14:30 - 14:50 **Email on mobile devices - from challenge to opportunity**

Senol Efendi - APSIS International AB

Apsis recent study reveals that users are reading more emails on mobile devices than ever before. This presentation focuses on taking advantage of this development with facts, analysis and solid ideas.

14:55 - 15:15 **Pohádka o last-clicku - jak lépe vyhodnocovat vaše kampaně**

Jakub Chour - H1.cz, Miloš Krišťák - MSD IT Global Innovation Center

Zlý last-click opanoval skoro celý online kraj a pouze vy to můžete změnit! Nabrousíme vám zbraně a naleštíme zbroj. Povíme si že jsou i jiné způsoby vyhodnocování kampaní a zasáhneme last-click v jeho nejslabším místě. Představíme si několik vašich statečných pomocníků - princ First-interaction, Time-decay a Sancho "Position based" Panzu. Budeme mluvit o tom, jak si přivolat na pomoc i jiné pomocníky, zejména přes magický Google Analytics. A podíváme se na zoubek několika kampaním.
Zachraňte vaše zmírající výkonové kampaně a pomozte jim dostat se zpět na nohy pomocí lepšího vyhodnocování.
Princezna, půl království a sláva z case-studies vás neminou!
A nebojte, všechno dobře dopadne.

15:15 - 15:45 **Coffe Break**

15:45 - 16:05 **5 dobrých důvodů proč v reklamě využít cílení na zájmy uživatelů**

Martin PICEK - H1.cz

Plánování reklamních kampaní dle zájmů uživatelů násobně zvyšuje efektivitu jakékoliv - a tedy i bannerové či tzv. display - online reklamy. Aby ne, když lidé přirozeně reagují lépe na reklamu, která je jim blízká a přináší jim to, co opravdu potřebují či to, je baví a zajímá. Na konkrétních ukázkách v prezentaci vysvětlíme 5 důvodů, v čem jsou největší výhody behaviorálního cílení. Rozeberme zároveň jak takovou kampaň snadno a konkrétně naplánovat a připravit. A ze zkušeností více jak 300 reklamních kampaní ukážeme, čeho se přitom ideálně vyvarovat.

16:10 - 16:30 **Pokročilá personalizace na cestě k efektivitě**

Zbyněk Hraše - Etnetera Hub

Už jste někdy řešili problém, který článek z nepřeberné haldy je ten správný? Nebo jste se divili proč proboha někdo ukazuje zrovna vám banner, který vás prostě nezajímá? Oba problémy lze efektivně řešit pokročilou personalizací. Tedy vytvořením modelu uživatele a nabídnutím přesně toho, co uživatel chce a navíc v okamžiku, kdy to chce. Ukazuje se, že i jednoduché behaviorální cílení dokáže násobně zvýšit efektivitu reklamy, zvýšit čtenost i loajalitu. A to je opravdu jen začátek. Pokud vás zajímá, kam se to dá dne dotáhnout, stavte se na naší přednášce.

16:35 - 16:55 **Proč se médiím vyplatí vstoupit se svým obsahem do internetových diskusí**

Martin Ježek - Inspiro Solutions

Jak vypadá Social Care v praxi? Ve zkratce: značka v reálném čase zjišťuje, co lidé na internetu řeší, přijde za nimi a tam, kde o problému diskutují, jim dá to, co chtějí. Pro mediální domy je to šance, jak vydávat maximálně aktuální a relevantní obsah vycházející z témat, jež ve společnosti v danou chvíli skutečně rezonují. Média tak můžou využít sílu komunit a opinion leaderů, kteří jim přivedou čtenáře. Je to jedna z bran, kterou se dá postupně procházet k placenému obsahu. Jak to celé může fungovat a kdo co již zkouší?

17:00 **Předpokládaný konec konference**