Czech Internet Forum 2015

21. října 2015 / 9:00 / NÁRODNÍ DŮM NA VINOHRADECH Náměstí Míru 820/9, 120 53 Praha

Program akce

Velký sál

9:15 - 9:25 **Takoví jsme byli**

Ján Simkanič - Deník N

Na začátku si uděláme malou mentální rozcvičku, při které si prosvištíme slovíčka z dávné minulosti. Vrátíme se do starých dobrých časů, kdy jsme všichni ještě byli mladí, někteří i krásní a kdy žádný z nás neměl iPhone a žádná Siri nám nemohla říct, co nás čeká. Vstupní kód: "Peprnet".

9:30 - 10:10 **Proč internet není odpověď**

Andrew Keen - FUTURECAST

Říkají mu svědomí internetu. Vyčítají mu, že vidí všechno moc černě. Není divu, jeho třetí kniha, která vyšla letos v lednu, nese název "Internet není odpověď". A nikoho nenechá chladným.
Těžko budete ve světě internetu hledat provokativnějšího řečníka. Uhrane vás naléhavým hlasem a znepokojivými argumenty. Ze samotného Silicon Valley až do Prahy přijede varovat před riziky digitálního věku. Tušíte o nich, ale nechcete si je připustit.
Andrew Keen vyburcuje vaši pozornost směrem k odvrácené straně internetu. Volá po zodpovědnosti nejinovativnějších firem a po pozornosti nás všech, ze kterých se stávají produkty k zobchodování na globálním online trhu. Jaké jsou naše šance v ekonomice, kde vítěz bere vše?
Využijte jedinečnou příležitost setkat se s jedním z nejbystřejších a nejkontroverznějších kritiků nové doby. Andrew Keen, britsko-americký internetový podnikatel, spisovatel, moderátor (TechCrunch aj.) a řečník napsal tři knihy (Kult amatéra, Digitální závrať a Internet není odpověď), sjezdil desítky konferencí po celém světě (The Next Web, TEDx aj.) a v roce 2015 byl zařazen mezi "100 Most Connected Men" časopisem GQ magazine.

10:15 - 10:45 **COFFEE BREAK**

10:45 - 11:05 **Jde o ekonomiku, přátelé**

Petr Koubský - Deník N

Nikdo nepochybuje o tom, že žijeme v digitální éře — tedy nikdo s výjimkou statistiků, kteří sčítají cifry, aby zjistili HDP. Na tom českém se totiž digitální ekonomika podílí maximálně sedmi procenty. To neznamená, že jsme zaostalí, ve většině rozvinutých zemí je tomu podobně. Sedm procent je vlastně hodně, ale těžko se dá říci, že takový sektor je definující nebo rozhodující. My uvnitř oboru však máme trochu jiný pocit, že? Odkud se bere a do jaké míry je oprávněný?
Seznam.cz, vlajková loď české digitální ekonomiky, má tržby kolem tří miliard korun, boleslavská Škodovka 320 miliard; přemýšlejte o tom. Ve své přednášce se Petr Koubský pokusí střízlivě a věcně zhodnotit, jak tomu s digitální ekonomikou opravdu je a bude.

11:10 - 11:30 **Tři body, kterými internet rozvrátí každý obor, kde se zjeví**

Patrick Zandl - CZ.NIC, zájmové sdružení právnických osob

Internet je technologie s obrovskými ekonomickými dopady. Každý obor, do kterého vpadne, změní: vymění hlavní hráče, způsob hry na trhu, dočasně povolí hru vysokou holí. Jak to vypadá a jak to bude vypadat v energetice?

11:35 - 12:05 **Čásenský vs. Motejlek**

Robert Čásenský - Reportér Magazín, Miroslav Motejlek - motejlek.com

Dvě novinářská esa a jejich pohled na současnou situaci na mediálním trhu. Oba mají za sebou mnohaletou mediální zkušenost, oba se pustili do nových mediálních projektů, oba vsadili na kvalitní obsah a oba mají více než slibně našlápnuto. Jak jsou podle nich rozdané mediální karty, na co je dobré se připravit a čeho se bát? V zasvěcené debatě bude Robert Čásenský, zakladatel magazínu Reportér, zpovídat Miroslava Motejlka, zakladatele motejlek.com.

12:10 - 12:25 **K čemu vlastně ta internetová reklama je?**

Petr Fryš

Jak přesně zjistit dopad internetové reklamy bez ohledu na všechny další vlivy? V reálném světě je to téměř nemožné. Proto si v Seznamu vymysleli fiktivní produkt. Pak mu udělali reklamní kampaň a sbírali data.
Opravdu platí, že jediný relevantní výsledek je cena za klik? A co například následná aktivita uživatelů ve fulltextu? A umí internet skutečně budovat brand awareness, nebo je to jen zbožné přání „lidí od internetu“? Přijďte si poslechnout vyprávění Petra Fryše o tom, jak celý projekt probíhal a především to, co se v Seznamu dozvěděli!

12:30 - 13:30 **OBĚD**

13:30 - 14:00 **Deset let je někdy sakra dlouhá doba**

Martin Charvát

Značky jsou jako lidé. Baví se s námi a my se bavíme s nimi. Někdy se baví i samy mezi sebou. Jen k tomu využívají masová média. Jak s námi značky komunikovaly před deseti lety? A jak s námi komunikují dnes? Někdy se za deset let nezmění skoro nic, jindy všechno. Nad tím, jak a co se změnilo ve značkové komunikaci za posledních deset let se zamýšlí Martin Charvát, jeden z členů průkopnické generace, která do reklamy nastupovala v první půli devadesátých let. Přednáška s obrázky.

14:05 - 14:35 **Viděno třemi: proměny reklamního trhu**

Lukáš Burda - Česká spořitelna, Michal Heisig - Seznam.cz, Martin PICEK - H1.cz

Digitální revoluce proměňuje marketing, reklamní trh i vztah se zákazníkem. Jak se s těmito změnami vyrovnávají strany klasického trojúhelníku médium x agentura x zadavatel? Jak přelévají rozpočty, jak plánují, jak vyhodnocují zásah? Změnila se podstata komunikace společně s formou, nebo jde pořád o to samé jen v jiném kabátě? Směřuje budoucnost marketingové komunikace k větší efektivitě a kreativitě nebo jen k přesunu odpovědnosti od lidí ke strojům, které budou zákazníky znát a lovit za nás?
O své zkušenosti, názory a komentáře se s vámi v debatě vedené Davidem Slížkem podělí zástupci významných společnosti českého mediálního trhu Michal Heisig, obchodní ředitel Seznam.cz, Martin Picek, Digital Trading Director Group M, a Lukáš Burda z České spořitelny, který zaštiťuje digital marketing.

14:40 - 15:05 **Z reklamní agentury autem až do oblak**

Juraj Vaculík - AeroMobil

Juraj Vaculík je slovenský vizionář, lídr a investor, který se rozhodně nedrží při zemi, a to doslova. Začínal jako divadelní režisér, prošel jako kreativní ředitel řadou reklamních agentur, až si vybudoval svou vlastní - MADE BY VACULIK se stala jednou z nejúspěšnějších na Slovensku a ve střední Evropě. Investuje do řady projektů, ale jeho nejviditelnější investicí a startupem poslední doby je bezpochyby AeroMobil - revoluční spojení automobilu a letadla, které uchvátilo řadu odborníků a inženýrů po celém světě. Poslechněte si strhující příběh jedné z nejzajímavějších osobností česko-slovenského podnikání. Ptát se bude Ján Simkanič.

15:10 - 15:40 **COFFEE BREAK**

15:40 - 16:10 **Rozhovor s Eduardem Míkou**

Eduard Míka - Netretail Holding Group

Eduard Míka je možná nejúspěšnější osobností českého byznysu z těch, o nichž jste nikdy neslyšeli. Jeho účast na CIF je prvním veřejným vystoupením tohoto investora a podnikatele po několika letech. Třikrát po sobě se mu podařilo vybudovat a prodat miliardový byznys: poprvé se společností APP, což byla první veliká investice amerického rizikového kapitálu u nás. Podruhé na trhu nemovitostí. Potřetí s internetovým obchodem Mall.cz, kde jako investor a technický ředitel zásadně napomohl k posunu na nynější úroveň. O české a světové startupové scéně, o podnikatelské odvaze a technologiích budoucnosti si s ním bude povídat Petr Koubský.

16:15 - 16:35 **Jak nejlépe trestat naše děti**

Martin Ondráček

45 letý manažer „starých médií“ se už půl roku prodírá světem onlinu. Zajímá se především o video pro cílovou skupinu 8 – 15. Diví se. Taky se divíte?

16:40 - 17:05 **Drtinová, Veselovský a DVTV po roce a půl provozu**

Daniela Drtinová - DVTV, Martin Veselovský - DVTV

Patřili mezi nejvýraznější tváře České televize, ale svou budoucnost vzali do vlastních rukou. Daniela Drtinová a Martin Veselovský spolu s dalšími kolegy založili internetovou televizi DVTV, která už po šesti měsících získala 2. místo v kategorii Projekt roku 2014 v anketě Křišťálová Lupa. Když si řekli o peníze fanouškům, získali za tři dny na další rozvoj milion korun. Jeden z nejodvážnějších mediálních počinů poslední doby má skvěle našlápnuto.
S jakými očekáváními a obavami vykročili do nejistých vod? Které se naplnily a co je naopak zaskočilo? Jak vidí svou budoucnost a co je pro ně největší výzvou? Ptát se bude Ján Simkanič.

17:10 **Předpokládaný závěr konference**

17:15 **After party v místě konání**

Sál marketingu

10:45 - 11:05 **Jaká bude televize v roce 2020**

Krystof Safer - Bullfilm

Divák se čím dál více ocitá uprostřed boje výrobců přístrojů, vývojářů aplikací a platforem, tvůrců obsahu, programových ředitelů, mediálních manažerů a brand manažerů. Jaká tedy bude vaše televize v nové digitální době? Kdo jí bude vytvářet? Mnoho otázek, ještě více odpovědí. Některé z nich vám představí Kryštof Šafer, který v reklamě od 90. let řídil řadu globálních značek v mezinárodních agenturách v Čechách, Singapuru a Ukrajině a nyní jako producent tvoří obsah - filmy, divadla, výstavy. Jste připraveni na dobrodružnou cestu do nitra nejvlivnějšího média a jeho proměn?

11:10 - 11:30 **Automatizujte přímý nákup reklamy**

Holger Mews - Adform

Automated Guaranteed je nákupní platforma automatizovaného plánování reklamy, která dokáže změnit způsob, jakým realizujete přímý nákup a prodej online reklamy. Žádné přeposílání excelovských objednávek a reklamních materiálů prostřednictvím emailu, ale efektivní způsob pro plánování, rezervaci a nákup reklamy při zachování plné transparentnosti kampaní. A spousta ušetřeného času, který můžete věnovat místo papírování něčemu užitečnějšímu.

11:35 - 11:55 **Simply digital**

Tomáš Gregořica - ŠKODA AUTO

Vysoký výkon, nízká spotřeba. Tak by se dala ve zkratce nazvat marketingová strategie nejobdivovanější a nejhodnotnější značky v České republice. Tomášova překvapivě ne-digitální prezentace vám umožní nahlédnout pod pokličku. Přijďte a ochutnejte!

12:00 - 12:20 **Značka pro konzervativní zákazníky v digitální době**

Jarda Vavřina - Harley Davidson Prague

Logo Harley-Davidson má na sobě vytetováno velké procento jeho zákazníků. Ještě větší procento však stojí v jednom šiku při jakékoliv změně na jejich oblíbených strojích a volá "To už není Harley!"

Jak takovou rezistenci k novinkám skloubit s moderními technologiemi? Odpověď přinese ten nejpovolanější, Jaroslav Vavřina, který Harley-Davidson vede už od roku 2008 a za posledních pět let třikrát získal titul "Most improving dealer".

12:30 - 13:30 **OBĚD**

13:30 - 13:50 **Malé sociální sítě přínosem i pro velké značky**

Veronika Hromadová

Chcete vědět, jak získat srdce zákazníků přes Snapchat, Periscope, Instagram nebo LinkedIn? Jaký přínos mají malé sociální sítě i pro velké značky prozradí Veronika Hromadová z Rémy Cointreau, do jejíhož portfolia patří takové nápoje jako Metaxa, Tullamore Dew, Aperol nebo Jägermeister.

13:55 - 14:15 **Od papíru k digitálu**

Romana Nýdrle - MAKRO Cash & Carry ČR

Direct marketing je pro velkoobchodní řetězec MAKRO hlavním nástrojem komunikace. Papírový leták však přestává být jediným zdrojem informací o akčních nabídkách a následně driverem zákaznické frekvence. Přecházíme od komunikace „1 to ALL“ k „1 to 1“.
Podmínkou není jen znalost nákupního chování, tedy kvalitní zákaznická data a schopnost je číst. Logicky nezbytné jsou segmentace a cílení. Digitál pak komunikačním kanálem, jak personalizované nabídky k zákazníkovi dostat a měřit. Vítaným vedlejším produktem realokace marketingového rozpočtu, kdy tiskneme méně letáků a více investujeme do onlinu. V MAKRO veřejně prospěšnou iniciativu Stromy místo letáků berou docela vážně. Inspirujte se také!

14:20 - 14:40 **Zákazník je pes a zákaznice je kočka**

Martin Šámal - VAFO PRAHA

Přijďte si poslechnout a popovídat o specifickém marketingu, který není vůbec jednosměrným kázáním, není ani dialogem, ale trianglem prodejce/kupující/zvíře. Na praktických ukázkách se dozvíte o strategii práce s komunitou zákazníků pomocí obsahu a kampaní. Dále odpovím vám a sám sobě na otázku, jestli lze z českého headofficu díky internetu uřídit globální marketing značky.

14:45 - 15:05 **I vy jste influencer**

Marek Nepožitek - Nestlé Česko

Když se mluví o internetových influencerech, tak si většina lidí představí bloggery, YouTubery a někdo dokonce i Instagrammery, ale občas ty největší influenceři nejsou celebrity, ale právě obyčejní lidé jako vy.

15:10 - 15:40 **COFFEE BREAK**

15:40 - 16:00 **Jak se rebranduje drogerie**

David Vejtruba - p.k. Solvent

Mimořádně zkušený marketingový ředitel společnosti pk Solvent David Vejtruba odvypráví příběh značky Teta, která prošla dramatickou proměnou - od nového loga, brand identity a celkového konceptu přes převzetí společnosti Schlecker po svou současnou tvář. Šlo o nejrozsáhlejší rebranding v Čechách včetně digitálního obrození značky.

16:05 - 16:25 **Crossmediální plánování bez crossmediálních dat**

Jiří Udatný - WPP Media

Doba jedné obrazovky je dávno pryč, počet výzkumů podporujících rostoucí fenomén „multi-screen“ roste jako houby po dešti. I proto se rok 2015 se zapíše do mediální historie jako rok crossmediálních diskuzí. Na reálné výsledky v podobě crossmediálních dat si ale budeme muset ještě počkat. Zadavatelé reklamy však čekat nebudou, ti už dnes chtějí znát odpovědi na zdánlivě jednoduché otázky týkajících se online video reklamy v roli samostatného komunikačního kanálu či jako substitutu pro klasickou televizní reklamu.
Jaký je optimální podíl online video reklamy pro můj rozpočet a moji cílovou skupinu? Jaký mix kanálů mi dokáže poskytnout nejvyšší zásah? Jakou hodnotu zásahu jsem schopen za daný rozpočet získat? Jedná se o velmi komplexní úlohu, ne nepodobnou úloze rozhodování o optimálním podílu TV stanic, zkomplikovanou však faktem zmíněné neexistence cross-mediálního měření. Je možné na tyto otázky nalézt odpovědi již dnes s využitím existujících datových zdrojů?

16:30 - 16:50 **Programmatic Premium v ČR**

Matěj Novák - Cruxo

Programmatic Premium je na rozvinutých trzích buzzwordem. Co to přesně znamená? Jak jsme na tom s automatizovaným prodejem prémiové reklamy v ČR? Co je k dispozici? Kam se bude trh ubírat? Co brání rychlejšímu rozvoji? To vše jsou otázky, kterým se bude Matěj ve své prezentaci věnovat.

16:55 **Předpokládaný závěr programu v sále**

17:15 **After party v místě konání**

Sál inspirace

9:15 - 9:25 **10 detailů, kterými se odlišují dobré aplikace od špatných**

Josef Gattermayer - Ackee

Mobilní aplikace vyvíjí kdekdo, ale ty úspěšné poznáte podle detailů. Na co si dát pozor a co by v mobilní aplikaci nemělo chybět? To vše na deseti příkladech poodhalí Josef Gattermayer, technický ředitel společnosti Ackee, technologický lídr vývoje mobilních aplikací v ČR.

9:30 - 9:50 **První rok Flatbooku v Praze**

Luboš Kulhánek - Flatbook

Flatbook je služba, která vám dokáže ušetřit peníze, pokud jedete na léto pryč a nechcete platit nájem za svůj prázdný byt. Flatbook ho zaplatí za vás a byt přepronajme. Luboš Kulhánek, regionální manažer projektu, vás provede od zajímavé studentské myšlenky zrozené v Montrealu až po její rychlé rozjetí v Praze. Dozvíte se, jak celý koncept a jeho byznys model vypadá, proč se Praha stala jedním z mála měst pro expanzi, jak začínali, spoustu čísel a receptů a samozřejmě nebude chybět i pár vtipných historek.

9:55 - 10:10 **Digital Health 1.0**

David Dostál - Zeitgeist Health SE

David Dostál z FetView říká: "Jsme na začátku období digital health a už vidíme spoustu zajímavých příběhů, které dokazují, jakou užitečnou roli tyto aplikace a nástroje můžou sehrát." Nahlédněte spolu s ním pod pokličku webové aplikace FetView, která díky internetovým technologiím doktorům usnadňuje dokumentaci ultrazvukových vyšetření.

10:15 - 10:45 **COFFEE BREAK**

10:45 - 11:05 **Jak se zachraňuje tištěné médium aneb Jak annonční Popelka k digitálnímu štěstí přišla**

Lenka Černá - ANNONCE

Líbí se vám příběh Popelky? Takové té nenápadné dívenky z rohu u pece, která pracuje od nevidím do nevidím a občas dokáže nemožné? Tak to budete jistě s napětím sledovat i příběh Annonce, tuzemské inzertní legendy devadesátých let, která v novém miléniu vlastně taky tak trochu skončila stranou.
Současná výkonná ředitelka Lenka Černá vám prozradí, jak se Annonci nakonec podařilo potkat digitálního prince a díky čemu to mezi nimi zajiskřilo a začalo fungovat.

11:10 - 11:30 **Zonky vs. Banky**

Lucie Tvarůžková - Benxy s.r.o.

Jaké to je, když lidi půjčují lidem? Jaké to je, když ze svého života vynecháte banky? Jaké to je provozovat Uber mezi bankami? Už několik měsíců funguje Zonky, P2P platforma, kde lidé půjčují lidem. Co za tu dobu zažili, co se naučili a co je nejvíc překvapilo - to se dozvíte od šéfky projektu Lucie Tvarůžkové.

11:35 - 11:55 **Internetové seznamování v 21. století**

Oldřich Neuberger - Ilikeyou.com

Každé čtvrté manželství ve Spojených státech vzniká online. Aplikace Tinder po světě trhá žebříčky a její uživatelé hodnotí fotky v průměru 50 minut denně. V České republice má přesto online seznamování patinu divnosti. Nedávná aféra 40 milionů ukradených účtů Ashley Madison tomu nepomáhá. Jak se daří seznamovacímu odvětví ve světě a u nás? A je pro něj vedle sociálních sítí ve vysoce konkurenčním trhu 21. století místo?

12:00 - 12:25 **42 mýtů a inspirací z podnikání (a života) v USA od Petra Ocáska**

Petr Ocásek - Click2stream

"Amíci jsou tlustí, žerou hamburgry a pijou kolu!" Nebo: "Silicon Valley je plné bullshitu!" Nebo také: "Peníze v Americe visí na stromě, stačí je jen sebrat."
Podnikatel Petr Ocásek zažil díky práci na svém startupu AngelCam realitu Silicon Valley na vlastní oči a kůži. V Česku byste jen složitě hledali lepšího zprostředkovatele informací, faktů a emocí ilustrujících, jak tvrdý byznys v srdci internetového podnikání vypadá.

12:30 - 13:30 **OBĚD**

13:30 - 13:50 **HlídacíPes.org. Štěkat i kousat.**

Robert Břešťan - Ústav nezávislé žurnalistiky

S tím, proč a jak vznikl HlídacíPes.org, projekt Ústavu nezávislé žurnalistiky, jaký má smysl a jak spolupracuje s ostatními médii, vás seznámí jeho šéfredaktor Robert Břešťan. A nevyhne se pochopitelně ani současnému stavu české mediální scény. HlídacíPes.org je mimo jiné nominovaný i na Projekt roku v anketě Křišťálová Lupa 2015.

13:55 - 14:15 **Mobilní strategie Denníku N**

Radoslav Augustin - Deník N

Slovenský novinářský “startup” Denník N poskytuje mnoho inspirací i pro české mediální prostředí. Radoslav Augustin, manažer online projektů, se podělí o zkušenosti s mobilními aplikacemi, které v redakci připravují. Jejich úspěch překvapil i autory samotné a do konce roku by měly být v provozu už čtyři. Proč to všechno dělají? Dá se na něčem takovém i vydělávat?

14:20 - 14:40 **Cesta za předplatitelem - jak využít redesign**

Michal Ischia - Respekt Media a.s.

Web týdeníku Respekt stojí na základech z roku 2009, takže bylo na čase kompletně jej změnit - od redakčního systému přes grafiku až po aplikace. Mění se také systém prodeje obsahu. Co všechno to přinese čtenářům, jak to změní práci redakce a jak to zapadá do digitální strategie vydavatelství Economia? O zásadní a dlouho připravované kompletní změně digitální podoby Respektu promluví jeho digital media editor Michal Ischia.

14:45 - 15:05 **Tapito, nejkratší cesta k obsahu**

Jan Řehák - TapMedia

Pohled do zákulisí vzniku mobilní aplikace Tapito. Proč jsme se do ní zamilovali a jak nám změnila život. Jak může změnit život uživatelům a marketérům?

15:10 - 15:40 **COFFEE BREAK**

15:40 - 16:05 **Proč a jak vyvíjíme vizualizace pro Rozhlas**

Adam Javůrek - Český rozhlas, Petr Kočí - Samizdat

Čtyřčlenný tým datových novinářů, který se dal dohromady před třemi lety v redakci Hospodářských novin, spolupracuje od loňského září s Českým rozhlasem. V přednášce Petra Kočího a Adama Javůrka se dozvíte, jakou má datová žurnalistika odezvu u posluchačů a u čtenářů zpravodajského webu Českého rozhlasu, a jak funguje spolupráce vývojářů s redaktory.

16:00 **Předpokládaný závěr programu v sále**

17:15 **After party v místě konání**