Czech Internet Forum 2016

12. října 2016 / 9:00 / HOTEL INTERNATIONAL PRAGUE Koulova 15, 160 00 Praha 6

Program akce

Hlavní Sál

8:15 - 9:10 **Registrace účastníků**

9:15 - 9:30 **Slavnostní zahájení konference**

9:30 - 10:00 **Rozhovor: Velká mediální revoluce v režii Seznamu**

Pavel Zima - Seznam.cz

Generální ředitel Seznamu Pavel Zima se osobně postavil do čela nového obsahového oddělení, které má šanci razantně změnit poměry na českém mediálním trhu. Nabírají se známé novinářské tváře, testuje se výroba nových pořadů a všechno vypukne na podzim. Jaké jsou motivace, plány a cíle Seznamu prozradí Pavel Zima v rozhovoru s Jánem Simkaničem.

10:00 - 10:30 **Life Unexpected**

Jan Galgonek - Adexpres

Jak může nějaké odvětví dopustit, aby jím zamíchal malý lokální hráč? Jaká byla strategie příběhu agentury Adexpres, jak pomohli v růstu akvizice dalších značek, a kam směřuje celá reklamní skupina kolem Adexpresu, teď už pod globální taktovkou? Může akvizice mladé dynamické společnosti velkou nadnárodní agenturou rapidně zbrzdit její drive a nasazení? Je vůbec ještě prostor pro změny?

10:30 - 11:00 **COFFEE BREAK**

11:00 - 11:30 **Proč mají emoce v online reklamě význam**

Kusuma Chumpuree-Reyntjes - Nexxen

Emoce zlepšují všechny klíčové ukazatele značky. Emocionální reklamní strategie jsou efektivnější. S Unruly Custom Audiences se emocionální cílení v roce 2016 stalo realitou.

11:35 - 12:05 **Rozhovor: Jak se hraje první liga**

Jan Barta - Pale Fire Capital

Spekulace s doménami, provozování bulvárních webů, nepodařený obchod s minerály, ale i unikátní vzdělávací projekt iCollege nebo největší online poskytovatel pojištění, který se nedávno stal generálním partnerem nejvyšší české fotbalové soutěže. Za tím vším stojí podnikatel Jan Barta. Co má v plánu dál? O tom bude mluvit v rozhovoru s šéfredaktorem serveru Lupa.cz Davidem Slížkem.

12:10 - 12:40 **O2 jako Digital Economy Enabler**

Tomáš Budník - PPF Group

Jedna z nejzkušenějších osobností českých telekomunikací se podělí o svůj pohled na současné fenomény digitálního světa. Promluví o tom, jaké možnosti využití nabízejí big data, které příležitosti se otevírají pro monetizaci a distribuci obsahu a o tom, proč podporuje české startupy.

12:40 - 13:40 **LUNCH**

13:40 - 14:00 **Koťátka, Internet, krmení hadů a trolů na sociálních sítích**

Daniel Dočekal

Krmí v PetCenter hady kočičkami? Co by se asi stalo, kdyby největší prodejce chovatelských potřeb rozšířil prodej o kočky a psy? Proč je obtížné na sociálních sítích řešit značku, která je pro některé otázka lásky ke zvířátkům a pro jiné největší zlo na planetě? Jak do toho všeho zapadá zásadní proměna značky z kamenné na internetovou?

14:05 - 14:25 **Multichannel customer journey (nejen) za novýma botama**

Petr Fryš, Pavlína Louženská - #HolkyzMarketingu

Jak se váš zákazník choval předtím, než přišel k vám na web? Co všechno udělal poté, co kliknul na váš banner? Vyhledával další informace o vaší značce či nabídce v internetovém vyhledávači? Zajímal se v mezičase, než na vašem e-shopu dokončil akci, o podobná, relevantní témata? V ZOOTu a Seznamu se dohodli, že se společně pokusí na tyto a podobné otázky najít odpověď. Proto sledovali nejenom přímou cestu uživatele k objednávce, ale i jeho další běžné aktivity v rámci mediální konzumace.

14:30 - 14:50 **#MagentaPower: jak s influencery pracuje T-Mobile?**

Barbora Drašnarová - T-Mobile Czech Republic, Aki Votrubová - Aki Votrubová

Staré chytnete v telce, mladé... přes influencery. T-Mobile spolupracuje s vlivnými tvůrci na sociálních sítích, když chce odkomunikovat pokrytí, event nebo třeba podpořit dobročinný projekt. Proč to dělá? Jak to dělá? S kým to dělá? Co jim funguje a co ne? Barbora Drašnarová (T-Mobile) a Aki Votrubová (Peppermint Digital) přednesou destilát zkušeností s influencer marketingem jednoho z největších inzerentů v zemi.

14:55 - 15:15 **Humor ve věku internetu**

Luděk Staněk

Jak dělat humor ve věku, kdy je televize na internetu a internet v televizi. Proč se oba světy smějí jeden druhému, i když už se prakticky prolínají?

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

15:40 - 15:45 **Vyhlášení soutěže s VLTAVA-LABE-MEDIA**

15:45 - 16:05 **V kůži youtubera**

Karel Kovář alias KOVY

Když jsem čtyři roky zpátky začínal s youtube, netušil jsem, jak moc mi změní život. Co mi dalo a co vzalo? Jak moc velkou roli hraje ve světě YouTube marketing a kam se bude vůbec tento (pro mnohé jen těžko pochopitelný trend) ubírat?

16:10 - 16:30 **Média pod soustředěným tlakem**

Marek Wollner - Česká televize

Stále častější paušální kritika médií vytváří předpoklad pro efektivní ohrožení demokracie. Jak vypadají názor, předsudek a ideologická pravda v proměnách času a jaký vliv mají jejich proměny na podobu, vliv a význam médií?

16:35 - 17:05 **Rozhovor: Trabantem, letadlem světem, internetem**

Dan Přibáň

Skoro nikdo neumí od fanoušků vybírat peníze tak dobře jako on. Jeho trabantová jízda trhla crowdfundingový rekord, záchrana letadla zlatých hochů z Nagana vybrala víc než trojnásobek potřebné částky. Novináři a cestovateli Danu Přibáňovi leží jeho komunita fanoušků u nohou a drží mu palce ve všem, co ho napadne. Jak se mu to podařilo? A co by si bez internetu počal? Ptát se bude Ján Simkanič.

17:10 **Závěr akce s navazující after party v hotelové věži**

Sál Trendy

9:30 - 9:50 **HbbTV a mobilní web**

Lukáš Kokoška - Grand IT

Kdysi mobilní operátoři věřili ve walled garden, bylo potřeba vědět dost o telco světě, poprat se s exotickým hardware a to vše řesilo jen několik málo firem na trhu. S HbbTV je to podobné a přece jiné. Technologie je (více méně) jiná, ale je možné opakovat historii? Jak vznikal trh mobilní reklamy a co pravděpodobně čeká HbbTV? Jaká (ne)může být reklama v HbbTV prostředí?

10:00 - 10:20 **On-line video: návod k použití**

Rudolf Rokoš - Spoko

Když video zaujme desítky tisíc uživatelů a ještě dokáže nenásilně předat požadované sdělení vaší značky, budou všichni spoko. V obrovském množství obsahu, který se na uživatele na internetu denně valí, to ale není úplně snadné. Jak se dnes s videem prosadit a přitom lidem svojí značku nevnucovat? Ukážu vám několik fungujících tipů.

10:30 - 11:00 **COFFEE BREAK**

11:00 - 11:20 **2 roky paywallu HN**

Roman Latuske - Economia

Dnes už není výjimkou si za kvalitní obsah platit. Jaké zkušenosti má Economia s placeným obsahem? Je to cesta, jak uniknout před AdBlockem? Jaké příležitosti nabízí monetizace obsahu pro financování mediálního domu?

11:25 - 11:45 **Reklama je mrtvá. Ať žije reklama!**

Michal Hanák - MAFRA

Na jaře MAFRA nabídla adblockerům možnost vypnout adblock a přesto mít stránky bez reklam. Jaké poučení z experimentu plyne?

11:50 - 12:10 **Transformace klasického mediálního domu do digitálního světa (deset let po všech ostatních)**

Petr Bednář - VLTAVA LABE MEDIA

O Vltava Labe Press (dnes Vltava Labe Media) na internetu dlouhá léta nikdo neslyšel, vydavatelství působilo v digitální oblasti velmi pasivně a defenzivně. Se změnou majitelů a managementu se to rychle mění. Kam směřuje jeden ze tří největších mediálních domů na českém trhu v segmentu digitálních médií?

12:15 - 12:45 **Google spolupracuje se zpravodajskou sférou**

Eero Korhonen - Google Czech Republic

Prezentace uceleným způsobem představí, jakým způsobem Google využil zpravodajský ekosystém k vytvoření Iniciativy pro digitální žurnalistiku (DNI). Představí poslední novinky z DNI včetně projektu Accelerated Mobile Pages (zrychlení načítání obsahu statických webových stránek), nejnovější vývoj v oblasti videozpravodajství a poznatky a trendy, které se týkají Inovačního fondu DNI.

12:40 - 13:40 **LUNCH**

13:40 - 14:00 **Vznikající trh s daty**

Tomáš Řehák - PROGRAMMATIC

Představíme si DATA jako součást reálného mediálního světa, jako součást prodeje a nákupu reklamního prostoru. Zamyslíme se nad DATY jako samostatným objektem nákupu, prodeje a směny. Na konkrétních příkladech si ukážeme, jak fungují datové aliance, a kde DATA vytváří nové alternativní business modely. Sami si odpovíte, zda budete chtít DATA nakupovat, obohacovat a překvapí Vás, že i prodej DAT se může týkat právě Vás. Nevěříte?

14:05 - 14:25 **Automatizace Crossmediálního plánování a nákupu**

Ondřej Bartůněk - Adform

Jedna platforma pro crossmediální plánování a nákup reklamního prostoru již není utopie, ale realita současných technologií. Co přináší automatizace přímého nákupu? Znamená automatizace náhradu práce media plannerů, obchodníků a back office? Jak se slučuje programatický nákup reklamního prostoru s offline kanály?

14:30 - 14:50 **Data Driven Web**

Jan Černý - DataBreakers

Zvykem je, že většina firem automaticky používá cílenou reklamu, tvoří personalizovaná sdělení a pak uživatel končí na webu s obsahem stejným pro všechny. Proč a jak dělat AI next generation datově řízený web, který zohledňuje nejen relevanci obsahu pro každého jednotlivého uživatele, ale také finanční hodnotu za každý pageview a jak tento web datově propojit s automatizovanými kampaněmi na sociálních sítích a x.. násobit tak efekt všech systémů.

14:55 - 15:15 **Jak data změní Váš eshop**

David Vyskočil - YOTTLY

Data jsou všude kolem nás a je snadné nalézt nespočet příkladů jejich využití. Ale co to vlastně znamená vytvořit datově řízený online marketing pro e-commerce v praxi? Jak překročit představy a příklady a reálně navrhnout způsob využití dat tak, aby “na konci dne” dával ekonomický smysl a pozitivně ovlivnil vaše kampaně? Poďte si poslechnout jak data a jejich využití řeší jedni z největších hráčů v českého e-commerce.

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

15:45 - 16:05 **Modrý oceán dat a jak v něm plavat**

Michal Zbořil - Oracle Czech

V této části se společně podíváme, jak je možné pomocí cloudových služeb rychle a snadno dostat pod kontrolu svoje vlastní data, rychle a efektivně je propojit s daty druhých a třetích stran a následně je využít v marketingových aktivitách a to bez nutnosti být IT expertem. Také si ukážeme, jak si s tímto poradily společnosti z různých oborů a koutů světa.

16:10 - 16:30 **Daty řízený marketing na konkrétních případech**

Matěj Dvorský - Skrz.cz

Jak se zbavit slepoty vůči uživatelům a začít s nimi pracovat jako se skutečnými lidmi? Jak vybrat z tisíců nabídek ty nejlepší divoké karty do aktivní propagace? Jaké úspěchy a úskalí vás nejspíše čekají na cestě k přínosné analytice? Především na tyto otázky vám nabídnu odpovědi z vlastní zkušenosti s daty řízeným marketingem.

16:35 - 16:50 **Proč neříkáme klientům cenu projektu**

Josef Gattermayer - Ackee

“Dobrý den, prosil bych jednu aplikaci. Jaká bude cena?” Tuto otázku nám klienti kladli několik let, než jsme se dostali k současné odpovědi - “Neřekneme”. Které metodiky vývoje mobilních aplikací fungují a které nikoliv nastíní na konkrétních případech Ing. Josef Gattermayer, spoluzakladatel vývojářské firmy Ackee.

Sál Inspirace

10:30 - 11:00 **COFFEE BREAK**

11:00 - 11:20 **mapasamospravy.cz – Prozkoumej rozhodování úřadu na mapě**

Lukáš Svoboda

Mapasamospravy.cz, obecně prospěšný portál, vizualizuje a upozorňuje občany o záměrech a dění jejich obce. Lukáš Svoboda, zakladatel projektu, vás provede od první myšlenky až po její po funkci současné služby. Dozvíte se, jak celý koncept vypadá, jaké jsou reakce obcí a jak je to se standardizací otevřených dat ohledně úředních desek.

11:25 - 11:45 **Superlife.cz – přijmi výzvu**

Adam Bock

Jak odstartovat komunitní projekt, který konkuruje zavedeným světovým hráčům.

11:50 - 12:10 **Internet věcí bezpečně**

Martin Malý - BigClown Labs

Internet věcí je často spojován s bezpečnostními riziky. Nemá smysl se tvářit, že nejsou – jsou, a poměrně velká. Ovšem není to tím, že by to bylo technicky nemožné nebo příliš složité. Může za to úplně jiný faktor. Na názorném příkladu si ukážeme, že se dá postavit bezpečné zařízení pro internet věcí, a nejen to – ukážeme si, že si ho můžete postavit i vy sami, doma, bez složitých technologií, bez pájení a doslova během pár minut.

12:15 - 12:45 **Tvorba obsahu v B2B prostředí**

Olga Hrubá - 2FRESH, Marek Nepožitek - Nestlé Česko

Neustále slýcháme o obsahovém marketingu pro B2C kategorii, a jak vytvářet zábavný obsah pro kávu, čokolády a další spotřební zboží. Jak se ale vytváří obsah pro B2B značku, která je „nudná“? Marek Nepožitek a Olga Szélesová budou hovořit o Human Centered Designu a obsahu, který vás zabaví, i když je pracovní povahy.

12:40 - 13:40 **LUNCH**

13:40 - 14:00 **Jak se dělá „pomalá televize“**

Ivan Sobička - Taktiq Communications

Sledování dlouhotrvajících přímých přenosů ve formátu slow tv se stalo celosvětovým fenoménem a jak se ukázalo v minulém roce, ani Česko není výjimkou. První česká internetová televize Slow TV vysílá již rok v rámci videoportálu Playtvak.cz a neustále roste. Dozvíte se, v čem spočívá její kouzlo a s jakými mnohdy kuriózními výzvami se za rok existence tohoto atypického pořadu setkali jeho redaktoři.

14:05 - 14:25 **Jak se dělá interaktivní multimediální reportáž?**

Adam Javůrek - Český rozhlas, Damian Machaj - Český rozhlas

Příběh Yusry Mardini obletěl v roce 2016 celý svět. Mladá syrská plavkyně na útěku z rozbombardovaného Damašku dotlačila loď s dvacítkou uprchlíků přes moře až na řecký Lesbos. Tato plavba o život jí vynesla kvalifikaci na olympijské hry v Riu a obrovský zájem médií. Unikátní obsah nicméně získal exkluzivně Český rozhlas a v koprodukci s BBC tak vznikla série audio dokumentů, které zazněly v premiéře ve vysílání Radiožurnálu, BBC Radio 4 a BBC World Service. Celý příběh Rozhlas zprostředkoval i formou interaktivní online reportáže. Adam Javůrek a Damian Machaj vám přiblíží, jak z audio-, video-, vizuálního a textového obsahu vytvořili digitální storytelling.

14:30 - 14:50 **Antiadblock aneb jak dostat reklamu k uživatelům**

Petr Matoušek

Loni jste měli možnost vidět, jak se dá online reklama blokovat. Letos vám ukážeme, jak velké české weby reklamu zobrazují i těm čtenářům, kteří používají AdBlock. A jak to můžete dokázat i vy.

14:55 - 15:15 **Prečo je native ads pre online publisherov a ich klientov to isté čo Batman pre Gotham?**

Filip Kuna - Strossle Czechia, s. r. o.

Pretože natívnu reklamu vidí 52 % viac ľudí jako klasické bannery. Pretože záujem nakúpiť je vyšší o 53 % v porovnaní s display ads. A pretože afinita ľudí ku brandu je o 40% vyššia jako pri displayi. Výborné správy pre trh zmietaný 0.1 % CTRkom, 25 % adblockermi a čoraz viac rozťahujúcimi sa Instant Articles od Facebooku.

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