Czech Internet Forum 2017

19. října 2017 / 9:00 / NÁRODNÍ DŮM NA VINOHRADECH Náměstí Míru 820/9, 120 53 Praha

Program akce

Majakovského sál

9:00 - 9:20 **Zahájení konference**

Filip Horký - Livesport News, Ján Simkanič - Deník N

9:20 - 10:10 **Keynote: Jak se vyhnout obchodu s pozorností a cíleným rozptylováním**

James Williams - University of Oxford

V takzvané „ekonomice pozornosti“ se tvrdě bojuje o naši pozornost – a vyhrává ten, komu se podaří udržet nás u obrazovky a kdo nás donutí klikat, jezdit prstem a posouvat stránky co nejdéle. Proto designéři stále více využívají naši impulzivní povahu, než aby vycházeli vstříc tomu, co vlastně chceme. Zneužívají našich psychologických slabin, aby naplnili svoje, nikoliv naše cíle. Náš život je tak plný nenápadných „rozptýlení“, která obvykle podceňujeme, přestože nám brání v naplňování sebe sama, a to na individuální i celospolečenské úrovni. Ekonomika pozornosti je proto významným a do značné míry ignorovaným morálním i politickým problémem. Svobodu naší pozornosti musíme začít naléhavě hájit, abychom se z ekonomiky závislé na naší pozornosti dokázali vymanit.
Přednáška probíhá v angličtině bez překladu.

10:15 - 10:35 **Rozhovor s generální ředitelkou a předsedkyní představenstva CNC Libuší Šmuclerovou**

Robert Čásenský - Reportér Magazín, Libuše Šmuclerová

Jak rozvíjet velké vydavatelství uprostřed aktuálních proměn trhu a v podmínkách globální konkurence - na strategický pohled představitelky významného mediálního domu se bude ptát zakladatel magazínu Reportér Robert Čásenský. Čím je Czech News Center specifické, jaké má plány, jak se daří překonávat rizika, rozšiřovat portfolio, ladit obsahové i inzertní formáty, a jak má celý mediahouse vypadat za několik let?

10:35 - 11:05 **COFFEE BREAK**

11:05 - 11:25 **Digitální revoluce v marketingu? Koná se opravdu?**

Josef Havelka - Humbug

Digitální marketing dorazil s příslibem větší efektivity, lepšího ROI, větší měřitelnosti, větší míry interakce a kupou dalších. Děje se tato revoluce opravdu? Nebo zůstalo u proklamací? A co zákazníci? Mají pocit, že marketingová komunikace je lépe cílená pro ně, že je více relevantní a více individuální? Výsledky unikátního průzkumu o stavu “Digitální revoluce v marketingu” jak z pohledu marketingových oddělení a jejich šéfů, tak i z hlediska uživatelů, zákazníků.

11:30 - 11:50 **Digitál je mrtev, ať žije digitál!**

Petr Nešpůrek - OMD, Ivana Šedivá

Digitál se změnil v bezobsažné slovo, protože může znamenat skoro cokoliv. Jak ho dobře dělat, je prostě špatná otázka. Správná otázka zní – co je třeba změnit na klasických přístupech, aby značka prosperovala a rostla i dnes?

11:55 - 12:25 **Klikavci a ti druzí aneb konec doby engagementu**

Peter Mižík - Zaraguza

Sociální sítě přinesly do života marketérů nové měny, jako jsou fanoušci, followeři, lajky, komentáře a sdílení. Úspěch marketingu ale závisí na oslovení daleko většího publika, než jsou fanoušci, lajkovači a komentovači obsahu. Co se změnilo a jak se na to díváme společně se ŠKODA AUTO? Prezentace je určená pro všechny, kteří využívají sociální sítě nejen pro výkonové, ale i pro brandové kampaně.

12:30 - 13:00 **Umělá inteligence pro komunikaci**

Josef Holý - MSD IT Global Innovation Center

Digitální platformy, a zejména sociální sítě, se staly hlavním médiem pro komunikaci jak mezi lidmi, tak mezi firmami a jejich zákazníky. Tato komunikace je však zprostředkovaná - na sociálních sítích nejsme nikdy sami, vždy je tam někdo třetí - umělá inteligence, která tyto velké online platformy pohání. Jak moc je chytrá? A o co jí jde?

13:00 - 14:00 **OBĚD**

14:00 - 14:20 **Jak moc vám Google Analytics lže a proč to dělá?**

Ivan Hruška - ROIHunter.com

Analýza 17,000 transakcí významného CEE e-shopu ukázala, že Google Analytics nezaznamenala každý pátý klik na Facebooku! Proč se to děje? Jak si můžete zjistit, kolik je to pro váš web a znamená to konec Google Analytics?

14:25 - 14:45 **Strčte si svůj „autentický storytelling“ s „brand-activismem“ za klobouk!**

Marek Bačo - MediaCom Prah

2 minuty a 40 sekund – tak dlouho trval nákladný reklamní spot společnosti, která chtěla ukázat, jak rozumí svým zákazníkům. Nerozuměla. Zákazníci, a nejen oni, dali převážně na sociálních sítích jasně najevo, co si o počinu myslí. Velkolepý spot tak „nepřežil“ ani den svého nasazení. Za výsměchem na internetu však nejsou jen trollové, ale marketingoví „mágové“, kteří v honbě za prchavými trendy či buzzwordy neumí interpretovat skutečný hlas svých zákazníků. Pojďme se podívat na to, jak se podobným chybám vyhnout a jak naopak svůj brand správně podpořit.

14:50 - 15:30 **Velká debata: Dravé štiky online zpravodajství**

Radek Kedroň - Seznam Zprávy, Michal Půr, Ján Simkanič - Deník N, Tomáš Skřivánek - VLTAVA LABE MEDIA, Jakub Unger - Seznam.cz

Moderuje Ján Simkanič.

15:30 - 16:00 **COFFEE BREAK**

16:10 - 16:30 **Instastories jako budoucnost sdílení obsahu?**

Kateřina (Lustigová) Saint Germain - My Cooking Diary

Kateřina Saint Germain je autorkou známého food blogu My Cooking Diary, za nějž obdržela cenu Food Blog roku 2015 a 2016. Stala se také Objevem roku za rok 2015 a Food Blogerkou roku 2016 v anketě Blogerka roku. Její příspěvky o vaření a cestování na Instagramu sleduje momentálně přes 100 tisíc lidí. Co stojí za tímto úspěchem, jak pracuje se svými sociálními sítěmi a proč mají takový ohlas její Instastories?

16:35 - 17:05 **Stavíme budoucnost krok za krokem**

David Pavlík

Na první pohled se může zdát, že úspěch firem v Silicon Valley je dílem náhody. Dle mých zkušeností tomu tak není a ty opravdu úspěšné firmy jdou za inovací systematicky krok za krokem. Představím vám, jak se z Netflixu stal živý organizmus, který v žádném momentu a pro žádného uživatele není stejný nebo jak Amazon, než začne vytvářet nový produkt, si dopředu relativně přesně nadefinuje cestu, jak jej vyvinout.

17:10 **Závěr akce a after party**

Raisův sál

9:40 - 9:45 **Zahájení programu v Raisově sále**

Vladimír Rejlek

9:45 - 10:10 **Svět bez hotovosti**

Maria Staszkiewicz - Česká FinTech asociace

O pohodlnosti platit kartou, mobilem, čipem v ruce či kouskem oblečení asi není potřeba nikoho přesvědčovat. Představa toho, že pomocí moderních technologií z finančních, a řady dalších mezilidských transakcí, zmizí zprostředkovatelé, je pro mnohé také lákavá. Co by to znamenalo pro fungování občana, komunity, státu, nebo globálního finančního systému? A je to vůbec možné?

10:15 - 10:35 **Zabije GDPR data-driven marketing a digitální ekonomiku EU?**

Jan Janča - GAUSS Algorithmic, s.r.o.

Sběr behaviorálních dat, jejich analýza s využitím umělé inteligence a na nich založená multichannel komunikace jsou modlami "moderního" digitálního marketingu. Již příští rok však přilétne GDPR, zbraň hromadného ničení, která je má na mušce společně s konkurenceschopností celé digitální ekonomiky EU. Lze vůbec provozovat bezpečné a spolehlivé řešení pro sběr a realtime zpracování 360° pohledu na uživatele, jehož provoz by nezaváněl mnohamilionovou pokutou? Snad ano, ale ne zadarmo a jen tehdy, pokud budeme brát vážně obsah slov data governance.

10:35 - 11:05 **COFFEE BREAK**

11:05 - 11:25 **Nedělejte z lidí voly, vrátí se vám to**

Šárka Pálková - MAFRA

Vydaly jsme se na misi, ze které se ještě nikdo nevrátil bez následků. Půl roku jsme spolu s redaktorkou Michaelou Černou sledovaly české youtubery. Mapovaly jsme, které značky si je platí a kolik se v tomto byznyse točí peněz. A přišly jsme ještě na jednu věc. České firmy dělají z lidí často hlupáky. Zbytečně. Jde to i lépe.

11:30 - 11:50 **Živý videostream jako nová výzva online zpravodajství**

Jan Rozkošný - Online Partners

Živé videostreamy zažívají v poslední době boom v obsahu internetových zpravodajských médií a zároveň představují nové výzvy pro internetové televizní vysílání: technické, obsahové a etické. Že vůbec poprvé dovede internetové zpravodajské videovysílání reálně konkurovat tomu televiznímu, dokazují zkušenosti DVTV - stovky tisíc zhlédnutí návštěvy dalajlámy v Praze, speciálních vysílání jako třeba k výsledku amerických prezidentských voleb nebo propuštění Jiřího Kajínka či interaktivních pořadů typu DVTVforum. S čím vším se při jejich přípravě potýkají a jaký v nich vidí potenciál a budoucnost, přiblíží Jan Rozkošný.

11:55 - 12:25 **Jak moc je to špatný?**

Josef Šlerka - Nadační fond nezávislé žurnalistiky

Mediální krajina v roce 2017 aneb jak to vypadá před bitvou a jak moc špatně na tom je domácí nezávislá a kritická žurnalistika? Proč jsem se rozhodl vést Nadační fond nezávislé žurnalistiky, kdo to sakra platí, a proč je CIF17 to pravé místo, abych o tom mluvil.

12:30 - 13:00 **Rozhovor s Bohdanem Škodou o Mimibazaru a jiných radostech**

David Slížek - Lupa.cz, Bohdan Škoda

Vytvořil nejznámější komunitní a inzertní server pro rodiče s dětmi a dlouhá léta odolával nabídkám na jeho prodej. Teď, po skoro třinácti letech, Mimibazar.cz prodal vydavatelství Czech News Center. Jaký je příběh Bohdana Škody a jeho internetového dítěte? Proč nakonec k prodeji svolil? A co bude s Mimibazarem dál? V rozhovoru se jej bude ptát šéfredaktor serveru Lupa.cz David Slížek

13:00 - 14:00 **OBĚD**

14:00 - 14:20 **Online to Offline a mapy k tomu**

Ondřej Tomas - CleverMaps, a.s.

K čemu je dobrá lokační analytika a použití map v byznysu? Například k řízení on-line a off-line kanálů v e-commerce a klasickém retailu. E-shopy dříve nezajímalo, odkud jsou jejich zákazníci, přišli k nim přece přes web. Jenže doba se změnila, většina hráčů kombinuje oba kanály a kdo se v tom má vyznat. Svět potřebuje Google Analytics pro kamenný svět :-)

14:25 - 14:45 **Omnichannel v e-commerce: Oslovte zákazníka, ať už je kdekoli.**

David Matoušek - Criteo

Připravte se - budoucnost e-commerce bude omnichannel. Nelineární nákupní chování napříč všemi zařízeními, nárůst podílu mobilních transakcí a zároveň zvyšující se konkurenci na trhu jsou hlavními sílami, které charakterizují tuto zásadní změnu. Podíváme se, jak na ni e-commerce segment reaguje - ať už maximální personalizací marketingu, využíváním synergií onlinu s offlinem či kreativním vytvářením partnerství a aliancí. V neposlední řadě se zaměříme na to, jak spojit data a strojové učení, aby vznikla ucelená e-commerce strategie co nejvíce orientovaná na zákazníka.

14:50 - 15:10 **Cloudové technologie – nový potenciál v globálním světě**

Piotr Prajsnar - Cloud Technologies

Největší evropské úložiště velkých dat v Evropě se od začátku specializuje na analýzu a monetizaci dat, proto má bohaté zkušenosti s tím, jak vám inovativní technologie pomůžou zvýšit výkon online kampaní až o desítky procent, jak využít potenciál reklamních kampaní založených na programatickém nakupování a cílení nebo jak velký je dopad blokování reklam v oblasti e-commerce a reklamy (na základě studie trhu napříč 60 zeměmi) a jak čelit ztrátě příjmů způsobené dynamickým nárůstem blokování reklam.
Přednáška probíhá v angličtině bez překladu.

15:15 - 15:35 **Proč a jak dělat byznys na skále uprostřed oceánu**

Josef Bouška - Blue M

Chcete ušetřit za vývoj a design? Přesuňte jej do jižních krajů! Tento recept není v technologickém světě žádnou novinkou. Ale jak ušetřit, využít potenciál exotického outsourcingu na maximum a nezbláznit se z toho, to už každý neví - až na pokusné morče, které to zkouší za vás.

15:35 **Závěr programu v Raisově sále**