ONLINE: Czech Internet Forum 2020

5. listopadu 2020 / 9:00 / Akce proběhne online

Program akce

Červený sál

9:00 - 9:15 **Moderuje Soňa Porupková**

Soňa Porupková

9:15 - 9:40 **Svoboda a otevřenost Internetu v Evropě**

Marcel Kolaja - Evropský parlament

Evropská komise představuje novou legislativu, která reformuje základní pravidla pro Internet v Evropě, je jím Akt o digitálních službách (Digital Services Act). Jedná se o reformu směrnice o elektronickém obchodu (e-Commerce directive) z roku 2000 a výrazně ovlivní způsob regulace Internetu a chování platforem. Evropský parlament z vlastní iniciativy vydal hned 3 zprávy dávající Komisi politický směr pro přípravu jednoho z nejdůležitějších právních předpisů tohoto volebního období. V rámci prezentace budou představeny nejen závěry těchto zpráv, ale i hlavní výzvy, neznámé a úskalí, kterým v současnosti v rámci příprav této legislativy čelíme.

9:40 - 10:05 **Sňatek tvorby obsahu, technologie a originálních partnerských spoluprací**

Juraj Felix - Czech Video Center

Jak vznikl nápad propojení mladého projektu internetové televize s tradičním vydavatelstvím a proč nám dává smysl propojovat silné tituly s inovativní vícekanálovou distribucí. A proč věříme, že silné zázemí mediálního domu vytváří příležitosti pro tvůrce, relevanci pro uživatele a bezpečné prostředí pro značky a jejich růst. A taky ukázka toho jak může technologie v kombinaci s tvůrčím týmem a nadšením pomoct kultuře v době koronavirové.

10:05 - 10:30 **Krize je příležitost - Seznam.cz v době čínské chřipky**

Tomáš Búřil - Seznam.cz

Jak jsme se v Seznamu postavili k výzvě. Nebylo to jen o tom, jak zmírnit ztráty nebo zachránit byznys Seznamu. Snažili jsme se zachraňovat byznys hlavně našich klientů a pomáhat. Jako česká společnost pomáhat české ekonomice a českým uživatelům.

10:30 - 10:45 **Přestávka**

10:45 - 11:10 **Ne, Danielo!**

Štěpán Wolde - Stanice O

Blíží se konečné vítězství internetového videoobsahu?

11:10 - 11:35 **Light TV viewers: kontinuální posun od TV k onlinu**

Josef Fišer - MEDIAN, Petr Houzar - Google Czech Republic

Slabí televizní diváci, tzv. „Light TV Viewers“ jsou cennou a významnou cílovou skupinou mediálních kampaní reklamních zadavatelů, která je přitom relativně obtížně zasažitelná, pokud není dostatečně popsaná. Se stále narůstající penetrací zařízení pro přístup k internetu bylo cílem studie bylo zbořit mýty, které jsou okolo složení, chování a postojů Light TV Viewers běžně uváděny. Pokud Vás zajímá, kolik času stráví Light TV Viewers v porovnání s českou populací s televizním a s online obsahem, jaký je jejich profil, nebo jaké jsou jejich postoje k obsahu v TV, OMK, FVOD, PVOD aj., připojte se k příspěvku Josef Fišera z Medianu a Petra Houzara z Googlu, kteří společně realizovali rozsáhlou studii založenou na technologicky měřených datech a dotazování crossmediálního crossplatformního panelu adMeter.

11:35 - 12:00 **Flashnews - to, čím žiješ**

Filip Horký - Livesport News

Po několika měsících vývoje se blíží spuštění unikátní platformy Flashnews. Jedinečné centrum všeho dění nabídne přesně ty informace, kterými každý z nás žije a které ho zajímají. Od informací o tom, že v mé v ulici nepoteče voda, přes státní rozpočet, až bulvární zajímavosti nebo aktuální trendy témata na sociálních sítích. Je na každém z nás, co je to skutečně klíčové dění a jak se o něm chceme dozvědět.

12:00 - 12:25 **Attention Economy: redefinice mediálního plánování**

Michal Majnuš - Adexpres

Forma mediálního plánování zůstává už řadu let beze změn. A to i navzdory růstu počtu nových formátů, digitálních médií a technologií, které nám umožňují efektivně měřit skutečné výsledky kampaní. Jak si ale můžeme být jistí, že v záplavě čtyř tisíc dalších reklam, kterým je každý den průměrný člověk vystaven, zákazník sdělení vnímá a pochopí? Je na čase redefinovat mediální plánování a vytvořit nový systém, který bude reflektovat roztříštěnost pozornosti publika a formu konzumace médií ve 21. století. A který využije plný potenciál technologického ekosystému současnosti.

12:25 - 12:55 **Přestávka**

12:55 - 13:20 **Jak úspěšně nastartovat nový zpravodajský web na informacemi přesyceném trhu?**

Tomáš Večeřa - FTV Prima

Na začátku května spustila skupina Prima zpravodajskou multiplatformu CNN Prima NEWS, která unikátně propojuje televizi, web, sociální sítě i HbbTV. Televizní část redakce tak velmi úzce spolupracuje s onlinovou. Kromě domácího zpravodajství přináší obsáhlé zpravodajství ze světa, ke kterému máme exkluzivně přístup díky licenci CNN International. Jak se v zavedené televizní společnosti s širokým portfoliem lifestylových webů buduje nový zpravodajský web? A jak na nový web přilákat zprávami přesycenou veřejnost a nevídaně rychle zabodovat na českém trhu? Recept na úspěch prozradí Tomáš Večeřa, ředitel digitální sekce CNN Prima NEWS.

13:20 **Moderuje Filip Rožánek**

Filip Rožánek - Internet Info

13:20 - 14:10 **Velká debata: Zachrání média placený obsah?**

Petr Bednář - VLTAVA LABE MEDIA, Štěpán Burda - Economia, Petr Fryš, Jan Rozkošný - DVTV, Ján Simkanič - Deník N

České mediální domy i jednotlivá média se přestávají bát říci si čtenářům o peníze za konzumaci obsahu, který nabízejí na internetu. Jaké výsledky jim to přináší a bude tato cesta do budoucna úspěšná?

14:10 - 14:25 **Přestávka**

14:25 **Moderuje David Slížek**

David Slížek - Lupa.cz

14:25 - 14:50 **Uvedení značky na trh skrze digitál? Proč ne!**

Vojtěch Lambert - LCG New Media

Značky si často nedokáží představit dosažení velkého podílu na trhu bez TV reklamy. Ale jde to. Pustili jsme se do kampaně na launch značky Supradyn (doplněk stravy) na Slovensku, která zahrnovala čistě jen propojení digitálu a sales aktivit. Výsledek? 10 procent podílu na trhu za 3 měsíce.

14:50 - 15:15 **Jak vyhodnocovat online kampaně v post-cookies době**

Laura Goddard - LEGO, Ondřej Matula - Nielsen Admosphere

Nabízíme „nekukinovský“ pohled na efektivitu. Chceme se podělit o ponaučení z kampaně, která byla optimalizovaná na široký zásah: zasažených cookies bylo mnoho, jejich behaviorální charakteristiky splňovaly zadání. Výrobky ale kupují lidé z masa a kostí. Proto jsme odhlédli od cookies a zaměřili se na lidské bytosti. Byli lidé, které kampaň pomocí cookies zasáhla, skutečně těmi, které měla zasáhnout? A jsou tedy virtuální identity vyjádřené cookies natolik hodnotné, že jejich zánik znemožní vyhodnocování online kampaní? Zamáčkněte slzu prolitou za cookies a pojďte dělat marketing. Prezentace proběhne v ČJ i AJ jazyce.

15:15 - 15:40 **Jak zvyšovat hodnotu Vaší značky s pomocí práva**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Pokud budujete značku, myslete o pár kroků dopředu. Správně nastavené dokumenty a chytrá právní strategie vám (nejen) v případě prodeje firmy umí vykouzlit o něco širší úsměv na rtech. Pojďme se podívat, jak na to.

15:40 - 15:55 **Přestávka**

15:55 - 16:20 **Marketing zaměřený na profit**

Jan Pátek - Business Factory

Představte si následující situaci – marketingové oddělení ve firmě generuje skvělé výsledky a vypadá to, že investice do online se vyplácí. Ve skutečnosti ale na konci měsíce firma zjistí, že to tak úplně dobře nevychází. Rád bych vám ukázal něco, čemu říkáme profit marketing a díky čemu můžeme optimalizovat reklamní kampaně na reálné businessové výsledky a maximalizovat tak návratnost investic.

16:20 - 16:45 **3 business fakta o LinkedIn, které změní váš pohled na tuto sociální síť**

Jiří Jambor - FUTURE SALES

LinkedIn dnes: 670 milionů uživatelů, 20 milionů firem a 200 zemí
- Proč se business na LinkedIn dělá hlavně přes osobní profily?
- Kdo a proč je na LinkedIn nejvíce vidět?
- Hlavní mýty o sociální síti LinkedIn a proč už dávno neplatí?

16:45 - 17:10 **Češi a sociální sítě: AMI Digital Index 2020**

Vladan Crha - AMI Digital, Kateřina Marešová - AMI Digital

Trendy a chování českých uživatelů na sociálních sítích. Budeme prezentovat nejzajímavější výsledky průzkumu mapujícího sociální média v České republice od roku 2016. Které sociální sítě jsou nejoblíbenější, jak se na jejich využívání projevila pandemie coronaviru, co čeští uživatelé na sítích hledají? Je Facebook už jen pro staré a jak se u nás zabydlel Tik Tok?

17:10 - 17:25 **Přestávka**

17:25 - 17:50 **Jak se bránit fake news**

Jakub Kalenský - Atlantic Council

Jakub ve své přednášce představí, jak mohou média pomoci účinně bránit šíření dezinformací, a co by měly dělat další složky společnosti, včetně vlády. Vychází ze svých zkušeností, které získal v Bruselu při práci v evropské diplomatické službě (EEAS), kde působil v unijním týmu zaměřeném na boj s ruskou propagandou a zakládal kampaň EUvsDisinfo. Nyní ve službách amerického think tanku Atlantic Council nadále upozorňuje na způsoby vedení a šíření pro-kremelských dezinformačních kampaní.

17:50 - 18:15 **Etika. Proč se obtěžovat?**

Tereza Bartoníčková - Internetový institut

Proč se v době zaměřené na hon za daty zabývat něčím jako je etika? Řekneme si, jaké tento pro mnohé “ezo pojem”, má reálné implikace a proč ho brát v potaz. Zaměříme se v krátkosti především na implikace pro vztah business & zákazník i vztah business & regulační rámec, ve kterém se pohybuje a jeho možnou budoucnost.

18:15 - 18:40 **Proč reklamní tvůrci bojují proti reklamě?**

Roman Číhalík - SYMBIO Digital

V přednášce Roman Číhalík představí motivaci reklamních tvůrců bojovat proti dezinformacím v online prostředí a proč je pro značky důležité věnovat pozornost kontextu, ve kterém se jejich logo a komunikace nachází. V České republice nedávno vznikl spolek NELEŽ, který vyzývá firmy ke společensky odpovědnému chování a zastavení inzerce na dezinformačních webech. Jeho podporovatelé z řad reklamních zadavatelů jsou například firmy Česká spořitelna, T-Mobile, Komerční banka a řada dalších.

18:40 **Předpokládaný konec akce**