Czech Internet Forum 2021

12. října 2021 / 9:00 / Konferenční centrum City Na Strži 1702/65, 140 62 Praha 4

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:15 **Zahájení konference**

Soňa Porupková

9:15 - 9:40 **Mají média vůbec ještě moc? Nebo velí jim i nám všem už umělá inteligence?**

Libuše Šmuclerová

Podobu mediální krajiny zásadně změnil tzv. duopol – Google a Facebook. Se zcela jinými pořádky, zásadním vlivem na utváření setting minds miliard lidí, s obrovskými zisky, ale také s odpíranou zodpovědností. Jaké jsou důsledky těchto trendů? Jaká obrana a nástroje? Může vůbec pomoci legislativa? Nebo je lidstvo, aniž ví, pod diktátem algoritmů a v první sloce svého ústupu před novou, umělou inteligencí? Kde hledat řešení proti epistemické krizi? Kde možnosti pro jednoho každého z nás, pro média a společnost vůbec? To bude tématem úvodní keynote speech ženy, která desítky let vede největší česká média, je mnohaletou členkou boardu WAN-IFRA a časopis Forbes ji pravidelně řadí mezi nejvlivnější ženy Česka, Libuše Šmuclerové.

9:40 - 10:05 **Online-first jako budoucnost společnosti Unilever?**

Martin Minařík - Unilever

Jak probíhá digitální transformace ve společnosti, která řadu let svůj úspěch spojuje primárně s kamennými řetězci a tradičními médii? Martin se s námi podělí o výchozí přístup k digitální komunikaci v Unileveru ještě před tím, než se organizace rozhodla vytvořit interní digitální tým zaměřený na český a slovenský trh. Následně nasdílí klíčové transformační kroky, které tento nový tým spolu s marketingovým oddělením a agenturami za poslední dva roky uvedl v život – jak úspěchy, tak i poučení. Nakonec předestře vizi, kterou bude online hrát pro Unilever v budoucnu.

10:05 - 10:30 **Creative Playbook - How to make your ad shine (EN)**

Daniel Tvrz - Teads, Gabriela Vasile - Teads

We will show best creative practices and how to best adapt creatives to get the most out of it:
- Creative optimization – the “why” and the “what”
- From simple to complex – showcasing Teads Studio’s creative potential
- How to activate Teads Studio for your own campaign

10:30 - 10:55 **Rozvoj placeného i neplaceného videoobsahu na českém trhu**

Daniel Grunt - TV Nova

Jak si stojí placené videoslužby na českém trhu a jak se daří české videotéce Voyo patřící stejně jako Nova pod CME v konkurenci nadnárodních hráčů jako je Netflix či HBO GO? Jaké je místo a budoucnost neplacených videoslužeb a online videoreklamy? To ve své prezentaci na základě konkrétních dat představí Daniel Grunt ze společnosti CME.

10:55 - 11:25 **Coffee break**

11:25 - 11:50 **Média a marketing – změny pravidel hry v roce 2021**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Jaké právní změny se letos odehrávají v digitálním světě médií? Jak je to s vývojem remarketingu? A co digitální směrnice? V jakém je stavu a jak změna zákona zasáhne média a jak marketing? Pojďme se na to podívat, prakticky, bez paragrafů a způsobem, který vás bude bavit. Věnovat se budeme zejména těmto tématům:
- Licence pro použití novinářských článků – kdo je bude muset mít a jak se budou shánět?
- Kdy se naopak mediální obsah bude moci i nadále používat bez uděleného souhlasu nebo licence?
- Jaký dopad to bude mít na weby a aplikace, které pracují hlavně s cizím zpravodajským obsahem?
- Jak budou filtrovat obsah sociální sítě, Youtube nebo různá fóra? Jaký dopad to bude mít na běžný marketing?
- Kterých platforem a společností se změny naopak týkat nebudou?
- Kdy novou úpravu vůbec očekávat?

11:50 **Panelovou diskuzi moderuje David Slížek**

David Slížek - Lupa.cz

11:50 - 12:50 **Panelová diskuze: Budoucnost personalizovaného cílení reklamy bez využití cookies třetích stran**

Jan Brendl - Seznam.cz, Matěj Novák - Cruxo, David Voráček - Czech Publisher Exchange z.s.p.o., Lucie Zadák

12:50 - 13:50 **Oběd**

13:50 - 14:15 **Reklamní trh v nejistých časech: vývoj v letech 2020 a 2021**

Tomáš Hynčica - ResSOLUTION Group, Ondřej Novák - Asociace mediálních agentur

Reklamní trh zažívá turbulentní období. Ve společném příspěvku se Tomáš a Ondřej zaměří na jeho vývoj nejen v posledních měsících, ale také v posledních pěti letech, k čemuž poskytnou též globální kontext. Na tomto základě pak nabídnou zcela exkluzivní – a reálný – pohled do nejnovějších dat o české reklamě a rozeberou vliv pandemie COVID-19 na celý reklamní trh.

14:15 - 14:40 **TikTok a Snapchat: Sociální sítě generace Z**

Vojtěch Lambert - LCG New Media

Mladí lidé do 25 let v posledních 2 letech mohutně adoptují tyto platformy. Jaká je demografická struktura těchto platforem v ČR? Jak vypadá obsah, reklamy a taktiky? Co je specifického pro tuto mladou cílovku v rámci komunikace? Podíváme se na ukázky z kampaní, co funguje, co naopak ne a pro jaké značky se to hodí.

14:40 - 15:05 **3 věci, které musíte od zítřka začít dělat v (nejen) digitálním marketingu**

Jan Suda - MCCANN PRAGUE

Jaké jsou 3 nejaktuálnější nové trendy, které byste měli zohlednit ve vaší komunikační nejen internetové strategii? A začít tím hned od zítřka? Pokusíme se podívat na to, proč už není brand safety jenom otázka blacklistu, jestli potřebujete budovat svou značku či nikoliv a zamyslíme se nad tím, které lidi z digitální komunity bychom měli vraždit a proč zrovna digitální stratégy. Takže nás zajisté čeká příjemných pár inspirativních minut.

15:05 - 15:30 **Instantní svět si žádá instantní logistiku**

Martin Marek - DoDo

Bezchybné zvládnutí poslední míle dnes rozhoduje o úspěchu u zákazníků. Lepší logistický servis = prokazatelně vyšší loajalita. Vyšší loajalita = vyšší revenue. Martin Marek, výkonný ředitel technologicko-logistického startupu DoDo, ve své přednášce odhalí kouzelnou rovnici poslední míle a způsob, jak ji vyřešit jednou provždy. To vše efektivně a s minimálním dopadem na životní prostředí či ulice měst. DoDo je pionýrem poslední míle a zároveň nejrychleji rostoucí technologickou firmou v České republice.

15:30 - 16:00 **Coffee break**

16:00 - 16:25 **Zpravodajství a důvěra v něj na pozadí pandemie COVID-19**

Hana Friedlaenderová - Nielsen Admosphere, Josef Šlerka - Nadační fond nezávislé žurnalistiky

Na pozadí dat o trendech v konzumaci a vnímání zpravodajství českými internetovými uživateli se příspěvek Hany a Josefa blíže zaměří na dopad pandemie COVID-19 na sledování zpravodajství. Soustředit se ale bude také na otázky nezávislosti médií v demokratické společnosti stejně jako důvěryhodnosti zpravodajství v Česku. Neunikne jim ani ryze aktuální téma dezinformací a fake news, které se šíří zejména na sociálních sítích – zde se prezentující opřou o data o reálných zkušenostech českých uživatelů s těmito fenomény.

16:25 - 16:50 **Televize, nebo web? Co to znamená, když #volitjeprima**

Tomáš Večeřa - FTV Prima

Jak je na tom zpravodajská multiplatforma CNN Prima NEWS po roce a půl od startu? A je to více televize, nebo web? Jak se dá i z voleb udělat zábava a fenomén? A umí televizní diváci používat QR kódy? Podívejte se do zákulisí projektu, kde experimentování a synergie televize a onlinu probíhá v přímém přenosu.

16:50 - 17:15 **Německé online tržiště Kaufland.de jako příležitost pro české e-shopy prodávat úspěšně v Německu**

Jakub Cihelka - Kaufland Global Marketplace

Představení Kaufland.de marketplace a příležitosti pro české online obchody proniknout a expandovat na německém trhu. Specifika německého trhu a předpoklady pro úspěch zahraničních e-shopů v Německu.

17:15 - 17:40 **Koho by napadlo nakupovat DOOH programaticky? Nás!**

Martin Peška - Pickerly s.r.o.

Martin Peška se podělí o zkušenosti z historicky prvního programatického nákupu reklamy na pevných DOOH nosičích v ČR pro klienta XXXLutz. Pro koho je vhodná? Jaké nové možnosti vnáší programmatic do DOOH? A jak tento druh reklamy začlenit do integrované komunikace a propojit s onlinem?

17:40 **Předpokládaný konec konference**