Czech Internet Forum 2024

5. listopadu 2024 / 9:00 / Comfort Hotel Prague City East Bečvářova 2081/14, 100 00 Praha

Program akce

sál Manhattan

9:00 - 9:10 **Zahájení akce**

Soňa Porupková

9:10 - 9:25 **Pohled českých konzumentů na AI ve zpravodajství: Připravenost a výzvy**

Tomáš Hynčica - ResSOLUTION Group, Tereza Šimečková - Admosphere Time

Do tvorby i konzumace mediálních obsahů čím dál více vstupuje umělá inteligence. Jsou na to Češi připraveni? A pustili už AI do svých životů? O tom si budeme povídat na základě nejčerstvějších dat z výzkumu. Představíme také aktuální postoje online populace k označování zpravodajského obsahu tvořeného AI, jeho důvěryhodnosti a případným hrozbám.

9:25 - 10:30 **VELKÁ MEDIÁLNÍ DEBATA**

Lenka Černá - Economia, Daniel Grunt - TV Nova, René Zavoral - Český rozhlas, Lubor Zoufal

MÉDIA A TVORBA OBSAHU S PŘÍCHODEM AI
Inovace, nové technologie, nezbytné změny v přístupu firem i lidí. Co vše je třeba k vybudování silného mediálního domu v nové éře umělé inteligence? Jak restartovat strategii příjmů – posilovat digitál nebo diverzifikovat zdroje? Jak získat pozornost diváků, posluchačů či čtenářů a přesto všechno si udržet kvalitní a relevantní obsah?
O tom všem budou debatovat šéfové českých mediálních domů. Moderovat bude Filip Rožánek z Digizone.cz.

10:30 - 11:10 **Coffee break**

11:10 - 11:35 **Mikýřova úžasná pouť Survivorem & jak se stát milionářem?**

Jan Cón, Vilém Franěk

Vyhrát Survivor se českým influencerům nepoštěstí mockrát za rok. Dokonce ani mockrát za život. A pronajmout a virtuálně vyprodat prázdnou O2 arénu už vůbec ne. Mikýř a jeho tým mají za sebou perné jaro, během kterého se ale celá republika náramně bavila. Co si z toho odnesli? Kolik peněz? A co s nimi udělali? Unikátní case study jedné velké crossmediální kampaně!

11:35 - 12:00 **Platforma SWEET.TV: nový pojem v digitální reklamě**

Mykhailo Khyzhniak - SWEET.TV

V dnešním digitálním světě jsou skutečně průlomové inovace vzácné. OTT platforma SWEET.TV je však přesně tím produktem, který mění zavedené představy o televizi a reklamě. CEO Mykhailo Khyzhniak hovoří o nových reklamních technologiích v OTT, nakupování přímo na obrazovkách chytrých televizorů a strategickém partnerství se společností Samsung.

12:00 - 12:25 **Doba videová**

Vojtěch Lambert - LCG New Media

Videa, primárně ta krátká, jsou všude a zaplavují sociální sítě. TikTok započal obří trend, který se dnes valí Metou jako Reels nebo skrze YouTube jako Shorts. Kolik dneska tvoří obsahu sítí, jak fungují ve srovnání s ostatními formáty a horizontálními videi? Mrkneme se na data globální i z České republiky a ukážeme si na case studies z kampaní, co a proč funguje.

12:25 - 12:50 **Salesforce Data Cloud: personalizace médií v reálném čase**

Kristýna Turner - FLO, Tereza Vavroušková - Salesforce

Salesforce Data Cloud umožňuje shromažďovat a analyzovat data o zákaznících v reálném čase. Ukážeme si, jak tato data mohou být využívána k vytváření vysoce personalizovaných mediálních kampaní. Diskutovat budeme také o tom, jak firmy pomocí Data Cloud zlepšují cílení reklam, optimalizují obsah a zvyšují návratnost investic do médií. Ukážeme si konkrétní příklady a praktické ukázky efektivního využití tohoto nástroje v digitálním marketingu.

12:50 - 14:00 **Oběd**

14:00 - 14:25 **AI v médiích: jak to bude dál**

Josef Šlerka - Nadační fond nezávislé žurnalistiky

Umělá inteligence je běžnou součástí práce redakcí i celých vydavatelských domů. Po dvou letech prudké exploze přichází čas se podívat na její dopady a také si zkusit zavěštit, jak budou vypadat další dva roky.

14:25 - 14:50 **Využití AI v rámci platformy YouTube**

Petr Houzar - Google Czech Republic

Podle posledních dat společnosti Google sleduje dlouhá a krátká videa na YouTube 65 % přihlášených uživatelů, což přináší na jednu stranu velkou komplexitu a na druhou obrovskou příležitost. Díky využití AI platforma nabízí konkrétnímu divákovi vhodný obsah ve vhodný moment. Stejně tak dokáže vytěžit maximum možného ze všech dostupných video formátů a propojit je s marketingovými a obchodními cíli inzerentů. Další využití AI jde směrem ke tvůrcům obsahu.
V rámci přednášky si ukážeme ty nejzásadnější z nich.

14:50 - 15:15 **AI obsah a platformy = VSL?**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Evropa nám posílá paragrafové zdravice. A platformy na ně reagují. Někdy více, někdy méně poctivě. Co přinesl tento rok? Jak se bude chovat AI obsah na sociálních sítích? Jak ho budou moct používat média? Musí být nějak specificky označený? Co nás čeká při souboji s deepfakes a fakenews? Mrkneme na to na příkladech, které vám chytnou oko, srdce i bránici.

15:15 - 15:40 **Agentury jsou v době AI již zbytečné. Nebo?**

Jan Suda - MCCANN PRAGUE

Ministatus o realizovatelném využití a souhrn čerstvých konkrétních zkušeností s AI a její implementací v kreativní agentuře a komerční komunikaci.

15:40 - 16:05 **Komunikace v éře ML a AI**

Pavol Lukáč - TRKKN Czech

Nová doba je tady, zase. Možností, jak plánovat média a oslovit správného zákazníka, je nespočet.
ML a AI ale všechno (tak trochu) mění, otevírají se nové cesty a příležitosti, jak to dělat jinak, možná více chytře, možná ušetřit nějaký ten čas, možná taky peníze a snad zvýšit i prodeje.
Protože, o co jiného, na konci dne jde, že?

16:05 **Číše vína a networking**

---

sál Brooklyn

11:10 - 11:10 **Úvodní slovo**

David Slížek - Lupa.cz

11:10 - 11:35 **Komplexní přístup k maximálnímu výkonu Meta reklamy**

Honza Bartoš - honzabartos.cz

Úspěšná reklama na Metě (Facebook, Instagram) není jen o správném nastavení, copy nebo kreativě. V roce 2024 je pro úspěch Meta reklamy nutný komplexnější pohled. Od projektového řízení, UX, nabídky, celkové strategie všech marketingových kanálů až po hledání souvislostí.
Na několika konkrétních příkladech z praxe jasně uvidíte, jak výrazně dokáže komplexní pohled na marketing změnit výkon Meta reklamy.

11:35 - 12:00 **Jak prodávat bagry přes internet?**

Václav Krátký - Doosan Bobcat EMEA, Martin Palounek - Publicis Groupe

Výrobce stavebních strojů Bobcat ve spolupráci s Publicis Groupe řídí z centrály v Dobříši reklamní aktivity značky v rámci celého EMEA regionu. Během přednášky vám Martin s Vaškem ukáží, jak pracují s online kanály pro úspěšnou komunikaci komplexního B2B brandu, jak přistupují k mixu reklamních kanálů napříč trhy a jak využívají nové technologie a formáty a maximálním výsledkům. A samozřejmě jak to vše vyhodnocují a měří!

12:00 - 12:25 **Jak značka VICHY dokáže rozpoznat stadium stárnutí pleti uživatelek a správně reagovat?**

Natália Harčarová - L'Oréal Česká republika, Jan Kurel - MEC Czech s.r.o.

Každý jsme jiný a tak i stárnutí pleti se u nás projevuje jinak a v jiném věku. Přijďte si poslechnout, jak značka VICHY ve spolupráci s mediální agenturou Wavemaker našli způsob, jak rozpoznat v jakém stádiu boji s vráskami se konkrétní uživatelka nachází, a nabídnout jí tak to nejlepší řešení. Jeho správnost potvrzují doměřením výkonu jak v metrikách mediálních, tak prodejních.

12:25 - 12:50 **Google Analytics 4: Vyhněte se nejčastějším chybám v implementaci**

Anna Volčíková - WPP Media

Představte si Google Analytics 4 jako mapu, která vás dovede k pochopení chování uživatelů na vašem webu. Jenže to neplatí v případě, kdy je „mapa" špatně nakreslená.
Anička vám ukáže reálné případy z praxe, kdy špatná konfigurace této „mapy" způsobila majitelům webů nejrůznější trápení.
Šetřete svůj čas i nervy a podívejte se na nejčastější chyby v implementaci Google Analytics 4, které zásadně ovlivňují výsledky měření, a tudíž i vaše rozhodnutí. Nedělejte závěry na základě nepřesných dat, ovlivněných chybami ve webové analytice.

12:50 - 14:00 **Oběd**

14:00 - 14:25 **Budoucnost příjmů mediálních domů bez souhlasů a cookies třetích stran**

David Voráček - Economia

V éře, kdy se končí používání cookies třetích stran a kdy regulace ochrany osobních údajů klade stále větší důraz na explicitní souhlas uživatelů s využíváním jejich dat, čelí mediální domy výzvám i příležitostem. Tato přednáška se zaměří na rozbor současných trendů v oblasti ochrany soukromí a jejich dopadu na tradiční modely financování obsahu. Prozkoumáme, jaké alternativní způsoby monetizace se nabízejí a jak mohou mediální domy adaptovat své obchodní modely tak, aby byly udržitelné i bez závislosti na cookies třetích stran a souhlasech. Mají vůbec mediální domy budoucnost nebo jejich doba pomalu končí?

14:25 - 14:50 **Page Not Found: Hledání pomalé novinařiny do rychlé doby**

Apolena Rychlíková - Vydavatelství: Firma na nápady Médium: Page Not Found, Jakub Zelenka - Vydavatelství: Firma na nápady Médium: Page Not Found

Úvodní stránka Page Not Found se narozdíl od jiných mediálních projektů klidně celý týden neaktualizuje. Redakce se nehoní za právě probíhajícími událostmi, ale snaží se přimět čtenáře zpomalit a poskytnout mu kvalitní obsah s kontextem. Může tahle strategie vůbec fungovat? A proč místo „vydání" říkáme „drop"? Odpoví zakladatelé projektu Jakub Zelenka a Apolena Rychlíková.

14:50 - 15:15 **WIRED: Svět médií a technologie**

Michal Kučera - WIRED

Jak se přivádí na český trh globálně respektovaný titul, jaké výzvy musel překonat a jaké jsou jeho plány do budoucna? Budeme diskutovat o roli technologií, inovací a médií v dnešní společnosti a jaký je pohled WIRED na digitální revoluci v České republice.

15:15 - 15:40 **Když nase*ete vlastní komunitu aneb průsečíky médií a sociálních sítí**

František Brož - FYI Prague

Může to přijít dřív, než si myslíte. Vaši nejvěrnější – zákazníci a fanoušci, do kterých jste v posledních letech investovali – se obrátí proti vám. A spolu s nimi také celkové veřejné mínění, které formují tradiční média.
Stačí málo: neopatrný příspěvek na sociálních sítích, nešťastné prohlášení do médií, nepovedená akce. Anebo rozsáhlejší problémy, které svírají celou značku a které přesáhly únosnou mezi.
Proč stále tolik osobností a značek nechápe dynamiku mediálního prostoru? Co jsou klíčové kroky, kterých se držet, abyste z krize ideálně vyšli posílení a média i komunita zůstaly stát na vaší straně?

15:40 - 16:15 **Jak Reportér Magazín prošel digitální transformací a získává si srdce on-line čtenářů**

Monika Binarová - Reportér Magazín, Martina Klárová - FatChilli for Publishers

Představíme společný projekt digitální transformace časopisu Reportér a FatChilli, příběh o redesignu čtenářského zážitku a webových funkcí představený ze dvou perspektiv: redakční a technologické.
Dozvíte se:
Proč Reportér potřeboval digitální transformaci
Jak jsme připravovali web konceptuálně, jaká technologická řešení a inovace jsme zavedli, abychom zlepšili digitální stopu časopisu Reportér
Jak jsme navrhli digitální předplatné a přidali funkce, které zvyšují hodnotu pro uživatele
Budeme otevřeně mluvit o tom, co nefungovalo, s jakými překážkami jsme se setkali, a jak jsme se z toho poučili
Jak plánujeme pokračovat ve zvyšování digitální angažovanosti a konverzi registrovaných čtenářů na předplatitele

16:15 **Číše vína a networking**