Firmy v sociálních sítích 2013

5. června 2013 / 9:00 / Hotel DAP Vítězné náměstí 4/684, 160 00 Praha 6

Program akce

Hlavní blok

8:30 - 9:00 **Zahájení registrace**

9:00 - 9:05 **Zahájení konference - úvodní slovo**

Petr Koubský - Deník N

9:10 - 9:40 **Keynote: Proč sociální sítě do tradičních odvětví nepronikly**

Patrick Zandl - CZ.NIC, zájmové sdružení právnických osob

V úvodní prezentaci se dozvíte, kde se vyplatí věnovat vaše úsilí - čas i peníze a které sociální sítě zatím můžete vnímat spíše jako aktivitu navíc, která vám, kromě PR nepřinese kýžený byznys. Dále se podíváme na to, proč sociální sítě zatím do tradičních odvětví nepronikly...

9:45 - 10:05 **Customer Care v Social Media**

Michal Nýdrle - KINDRED

Jak a kde hledat advokáty značky. Jak pracovat s advokáty značky jenž šíří pozitivní WOM. Jak přenášet tyto principy do marketingové komunikace.

10:10 - 10:30 **Co jsme pokazili při tvorbě nejúspěšnější Facebookové aplikace za rok 2012**

Robert Haas - SYMBIO Digital

10:30 - 10:50 **Coffee break**

10:50 - 11:10 **Má cenu prezentovat firmu na Pinterestu?**

Marek Dobrý - Heureka Shopping

Pinterest je hezká sociální síť, která si ale zatím v ČR nezískala příliš mnoho fanoušků. Ve světě je ale populární a funguje už i jako silný marketingový nástroj. Rozhodli jsme se, že Pinterest zařadíme do portfolia sociálních sítí, které využíváme ke komunikaci s veřejností, a to přes to, že zatím neznáme přesná čísla o počtu českých uživatelů, na které budeme cílit, ani o tom, zdali se Pinterest stane v ČR významnou a respektovanou sociální sítí, jako se jí stal v poslední době Twitter. V prezentaci se budu věnovat tomu, zdali má cenu spouštět firemní prezentaci na Pinterestu? Pro koho a proč se taková prezentace vytváří? Jak zapadá do portfolia sociálních sítí využívaných ke komunikaci firem? Na co by se nemělo zapomínat, když se vytváří firemní profil na Pinterestu? Jak jsme vytvářeli firemní profil na Pinterestu v Seznamu?

11:15 - 11:35 **Case study: Magnesia duel na platformě YouTube kanálu**

Petr Houzar - Mattoni 1873 a.s.

Pohled na využití YouTube kanálu jako landing page pro kampaň Magnesia duelu. Jak jsme se snažili maximálně využít všechny možnosti videoreklamy, jak zafungovala a v čem se lišila v porovnání s rokem 2012.

11:40 - 12:00 **Efektivní využití Facebooku pro komunikaci i prodej**

Jiří Maier - Philips

Uvidíte konkrétní příklady toho, jak na Facebooku komunikují značky Nestlé, jak pracují s fanoušky a jak jsou tyto aktivity propojeny s prodejem

12:05 - 12:25 **Jameson na sociálních sítích**

Jaroslav Haž - Chivas

Co dokáže tvrdý alkohol na sociálních sítích, zvlášť, když se jedná o slavnou značku? Jarda Haž bude mluvit o tom, co Jamesonu sociální sítě přinášejí, jak s nimi pracuje, a také o tom, že je pro ně takřka nemožné samostatně sledovat jejich dopad v rámci celkového mediamixu. Jak sám říká: "nečekejte bullshit" :-)

12:30 - 13:30 **Oběd**

13:30 - 14:00 **Odpolední keynote - Studie: České sociální sítě**

Eliška Hutníková - Ataxo Interactive

Kdy, kde a jak: Prozkoumali jsme, jak se Češi zapojují do komunikace v sociálních sítích. V prezentaci dojde jak na Facebook nebo Twitter, tak i na ty méně známé služby.

14:05 - 14:25 **Úspěch na Facebooku třikrát jinak**

Ján Mitaľ - SYMBLAZE Praha

Miňonky: Partnerství značek, které zafungovalo. Fidorka: I s malým rozpočtem se dá zahrát velké divadlo. Hitparáda wallpostů: Sledujeme stálice, objevy a překvapení na stránkách komerčních značek.

14:30 - 14:50 **Co vlastně dělat (platit) na tom Facebooku?**

Zdeněk Linc - Slevomat.cz

Říká se, že Slevomat to na Facebooku dělá dobře. Rád vám ukážu, jak to vlastně děláme, co používáme a co z toho všeho máme. Pak se můžete sami rozhodnout, jestli to děláme dobře a jestli to nechcete dělat jako my.

14:50 - 15:10 **Coffee break**

15:10 - 15:30 **FACEBOOK: Fakta a čísla v případových studiích**

Tomáš Šebesta - Socialbakers

Dozvíte se, jak postupovat při každodenní práci na Facebooku, co přispívá k zlepšování dosahu Stránky a zapojení Fanoušků, především jakým způsobem tyto aktivity monitorovat a vyhodnocovat jejich efektivitu.

15:35 - 15:55 **ROI Sociálních médií aneb co znamená Like**

Pavel Hacker - Brandz Friendz

Po dlouhá léta slýcháme, že se sociální média z principu nehodí pro reklamu - prodej. Facebook je ale obrovskou zásobárnou dat s prakticky unikátní možností cílení komunikace a reklamy, umožňuje pracovat s e-mailovými databázemi a provazovat je s reklamou, díky aplikacím je možné na Facebooku přímo nabízet zboží, informovat, získávat zpětnou vazbu. Je jednou z mála aplikací, která je skutečně masově používána v mobilních zařízeních. Není tedy zvláštní, že by Facebook a další sociální média ne(s)měla být používána k prodeji? Ale jak na to?

16:00 - 16:45 **Panelová diskuze - Jak maximalizovat přínos sociálních sítí**

Tomáš Čupr - Rohlik.cz, Pavel Hacker - Brandz Friendz, Jiří Vítek - Mindshare

Pohled na Social Media očima zástupců mediální agentury, digitální agentury a zadavatele a jejich bohatých zkušeností. Jak plánují, analyzují a vyhodnocují své kampaně v sociálních sítích?
Diskuzi moderuje Petr Koubský

17:00 **Předpokládaný konec konference**