

Hravý marketing - jak na mobilní aplikace a gaming

24. září 2026 / 10:00 / Akce proběhne online

Program akce

Hlavní blok

10:00 - 10:05 Zahájení akce

Vladimír Rejlek

10:05 - 10:45 Gaming jako médium

Martin Žežulka - Publicis Groupe

Proč už gaming dávno není jen „pro mladé,“ jaká jsou jeho úskalí a proč při správně nastavené komunikaci může přinášet skvělé výsledky?

Martin ukáže, že gaming není jen zábava, ale plnohodnotný mediální kanál, který značkám přináší skvělé příležitosti s velkou přidanou hodnotou. Zároveň otevřeně pojmenuje úskalí mnohých kampaní – od nevhodného výběru platformy přes špatně zvolený formát až po neautentickou komunikaci, která může komunitu rychle odradit.

Detailně rozebere jednotlivé cílové skupiny, jejich demografii i chování a vysvětlí, jaké typy aktivací se hodí pro různé segmenty hráčů a herní prostředí. Chybět nebudou aktuální data o velikosti trhu, počtech hráčů a jejich věkovém i genderovém složení, aby bylo jasné, jak široký zásah gaming nabízí. Součástí přednášky budou i vlastní case studies a inspirativní kampaně konkurence, které ukazují, jak může značka v herním světě fungovat přirozeně a efektivně. Zjistíte, jak gamingové kanály využívat strategicky, dlouhodobě a s respektem ke komunitě.

10:45 - 11:25 Hry jako popkultura dnešní doby

Jakub Kuneš - Česká spořitelna

Český gaming patří mezi nejúspěšnější kreativní odvětví u nás a pravidelně dobývá světové trhy. Tituly jako Mafia, Kingdom Come: Deliverance nebo Beat Saber si získaly miliony hráčů po celém světě a dokazují, že i Česko může produkovat světové hity. Jakou roli v jeho rozvoji hrají velké značky a proč se do něj zapojuje i Česká spořitelna? Dozvíte se, jak funguje propojení světa gamingu, financí a proč jsou videohry popkulturou dnešní doby.

11:25 - 12:05 Jak Mentos vstoupil do světa gamingu

Michaela Krchová - WPP Media, Hanka Teplá - WPP Media

Zjistíte, jak jsme proměnili globální experiment Mentos & cola v herní fenomén! Představíme, jak jsme adaptovali globální strategii pro 20 trhů na podmínky ČR a spojili Mentos s gamingem i díky spolupráci s POGGERS. Odhalíme, jak kampaň Mentos Fizzooka, globálně oceněná bronzovým lvem v Cannes, změnila vnímání značky a získala mimořádný mediální ohlas. Inspirujte se, jak „level up-nout“ váš brand!

12:05 - 12:35 Přestávka

12:35 - 13:15 Jak řídit hodnocení, zpětnou vazbu a viditelnost mobilních aplikací

Ondřej Franek - Etnetera Flow

Vydat mobilní aplikaci je jen začátek. To, jak si povede v dalších měsících, závisí na věcech, které se odehrávají po launchi a které většina týmů řeší až ve chvíli, kdy se objeví problém. Projdeme tři oblasti, které spolu úzce souvisí, ale v praxi se často řeší odděleně:

- Hodnocení v app storech. Proč i kvalitní aplikace končí pod čtyřmi hvězdičkami, jaký rating je vlastně optimální (spoiler: není to pět) a kdy a jak žádat uživatele o zpětnou vazbu, aby to nepokazilo zážitek.
 - Práce se zpětnou vazbou s pomocí AI. Jak sbírat a vyhodnocovat recenze z App Store, Google Play, sociálních sítí a podpory tak, aby z nich vznikalo zadání pro produkt, nejen reporty. A kde dnes AI reálně funguje a kde zatím ne.
 - App Store Optimization. Klíčová slova, screenshoty, onboarding a Apple Search Ads. Co všechno ovlivňuje, jestli vás uživatel vůbec najde a jestli si vás po nalezení nainstaluje. Konkrétní příklady z auditů aplikací, kde drobné úpravy zvýšily konverzi z návštěvy na instalaci o desítky procent.
- Dojde na konkrétní situace, čísla a rozhodnutí, která se dají druhý den použít.

13:15 - 13:55 Příběh Decathlon Revampu: Od svázaných rukou k digitálnímu flagshipu

Jakub Čuprunov - Decasport

Jakub z pozice e-commerce lídra spoluvytvářel digitální směřování Decathlonu v ČR a má za sebou masivní projekt migrace a modernizace celé platformy a mobilní aplikace.

Představte si svou největší a nejvytíženější prodejnu. Má obrovský potenciál a nikdy nezavírá. Zároveň má ale nepřehledný sklad, regály jsou přišroubované k zemi, takže nemůžete měnit cestu zákazníka, a u pokladny nutíte lidi vyplňovat zdouhavé formuláře. Přesně takový byl donedávna web Decathlonu – obsluhovaný se „svázanýma rukama“. Jakub vám ukáže, že projekt „Revamp“ nebyl jen nudnou IT migrací zastaralých systémů, ale kompletní renovací digitální vlajkové lodi. Přijďte si poslechnout, jak probíhalo 120 dní extrémního nasazení a jak se Decathlonu podařilo odbourat tření v nákupním procesu.

13:55 - 14:35 Nemusí pršet, hlavně když scrape

Martin Bartoň - eLegal advokátní kancelář

Data pohánějí všechno – od vývoje aplikací po trénink AI modelů. Smutná pravda ale je, že většina těch nejzajímavějších dat patří někomu jinému. Kdy si na ně ale můžeme „šáhnout“? Podíváme se na pět hlavních zdí mezi vámi a scrapingem dat: osobní údaje, autorské právo, ochranu databází, obchodní podmínky a nekalou soutěž. Na konkrétních situacích z praxe si ukážeme, kde data můžete využít a kdy si zahráváte s ohněm.

14:35 Předpokládaný konec akce