

Jak uspět na sociálních sítích

15. června 2021 / 10:00 / Akce proběhne online

Program akce

Hlavní blok

10:00 - 10:05 Úvodní slovo

Vladimír Rejlek - Blue Style

10:05 - 10:35 Brand building v prostředí sociálních sítí

Vojtěch Lambert - LCG New Media

Budování brandu si asi každý dokáže představit prostřednictvím tradičních médií jako je televize. Ne každá značka má ale k dispozici velké rozpočty na toto nejdražší médium. Lze to i jinak a účinně. Jak lze využít sociální sítě k budování značky? Jaké možnosti a formy brandování na sociálních sítích existují a jak je kombinovat napříč všemi platformami pro růst povědomí značky? Projdeme si ukázky a příklady z praxe.

10:35 - 11:05 Téma přednášky brzy upřesníme

Katka Pavlíčková

11:05 - 11:35 Co značky podceňují při spolupráci s influencery

Petra Dolejšová - Na volné noze

Jak si zajistit, aby vám příspěvek influencera nevykouzlil pokutu od státu? Co je a co není reklamou? Jak se na „vše nejlepší k narozeninám, influencerce, a tady máš dárek“ dívá zákon z hlediska reklamy? Které záležitosti značky při spolupráci podceňují nejčastěji a jaké to má dopady? A napadlo vás někdy, jak nám s tím vším dokážou zamíchat daně? Pojďme se mrknout na to, jaké chyby druhých neopakovat. Na příkladech a způsobem, který si budete dlouho pamatovat.

11:35 - 12:05 Přestávka

12:05 - 12:35 Strategie na sociálních sítích

Petr Kurz - World of Online

Firma bez strategie je ochotná vyzkoušet cokoliv. Lepší přístup je mít jasně stanovené cíle a strategii k jejich naplnění. Ukážeme si základní pilíře postavené na analýze cílové skupiny a řadu osvědčených tipů, které vám pomohou přemýšlet nad sociálními sítěmi z pohledu uživatele i značky.

12:35 - 13:05 Za málo peněz hodně bublinek

Tereza Horňáková - Publicis Groupe, Andrea Kačíková - Publicis Groupe

Tereza a Andrea z agentury MSL prozradí, jak vznikala komunikační strategie pro značku Tetesept #dejsivanu, která vzbudila zájem lidí, médií a e-shopů o koupele. Tetesept je značka, která má super produkty, ale nebyla dosud příliš vidět. Protože si ale i malé značky, které jedou na kvalitu, zaslouží velkou pozornost, agentura realizovala integrovanou kampaň zahrnující PR, influencery a sociální sítě, založila v ČR instagramový účet a dokázala starou marketingovou pravdu, že content je king. Díky vhodnému mixu a velkému nasazení s malým budgetem pomohli brandu zvýšit prodej a zalistování u nových e-shopů.

13:05 - 13:35 Jak díky LinkedIn rozjet podnikání (třeba i v 60)

Radka Legerská - Linked Akademie

B2B marketeři stále podceňují sílu sociální sítě LinkedIn. Přitom tato síť představuje doslova zlatou akviziční žílu. Jen je třeba jít na to promyšleně. Přijďte si poslechnout, jak se nám v Linked Akademii podařilo rozjet podnikání naší klientky, která ve svých 60 letech založila start up. Nevyužívá jiný propagační kanál, pouze LinkedIn. Konkrétní příklady, data, use cases.

13:40 Předpokládaný konec akce