Konference WebTop100 2013

7. listopadu 2013 / 9:00 / Konferenční centrum City Na Strži 1702/65, 140 62 Praha 4

Program akce

Malý sál TOWER

10:00 - 10:20 **Retence zákazníků a jak ji měřit**

Pavel Jašek - Google Czech Republic

V Google Analytics měříte počet dokončených objednávek, možná i výši objednávky. Co se však s takovou objednávkou děje? Nestornuje se? Nakoupí ten zákazník ještě jednou? Využívejte pokročilé metody, které vás dovedou k frekvenci nákupů a celoživotní hodnotě zákazníka.

10:20 - 10:40 **Jak měříme ve SportObchod.cz?**

Adam Jurák - SportObchod.cz, s. .r. o.

Ukážu vám, jak ve SportObchodu vyhodnocujeme vývoj firmy, marketingové akce a která KPI sledujeme. Řeknu vám, na co si musíme při vyhodnocování dávat pozor a kde máme mezery.

10:40 - 11:00 **Skutečný stav české e-commerce**

Jan Jírovec - ROCKAWAY CAPITAL SE

Jak se za posledních deset let změnil počet e-shopů, jaké kategorie zboží šlapou na paty elektronice a kolik letos Češi utratí v e-shopech? Na to vše vám odpoví šéf Allegra, který při své prezentaci čerpá z exkluzivních dat obchodního portálu Aukro a nákupního rádce Heureka.

11:00 - 15:00 **Program konference v tomto čase probíhá v hlavním sále EMPIRIA**

15:00 - 15:20 **Jak se dostat zákazníkům do kapsy? Prostřednictvím mobilní aplikace!**

Jan Bezděk - SiteOne

Kdy je investice do mobilní aplikace tou správnou volbou prozradíme na případové studii cestovní kanceláře Blue Style. Představíme, jakým způsobem v rámci mobilní aplikace vhodně sladit přidanou hodnotu uživatelům s naplněním potřeb klientů a motivace k nákupu dalších služeb. Těšit se můžete na konkrétní čísla o výkonu aplikace i vyhodnocení návratnosti investice přímo z pohledu majitele společnosti.

15:20 - 15:40 **Alza.cz – pod pokličku mobilního vývoje**

Vladimír Dědek - Alza.cz

Alza.cz disponuje svými nativními aplikacemi pro platformy Android a iOS + mobilním webem na m.alza.cz. Jak v Alza.cz vůbec vývoj probíhá? Jak se posunuly aplikace od začátku vývoje? Jaké jsou trendy ve vývoji a trocha čísel z našich statistik :-)

15:40 - 16:00 **Změny v chování digitálních zákazníků**

David Lorenc - Seznam.cz

Lidé už dávno nepoužívají internet jenom na počítači a přístup k internetu nám umožňují i auta a lednice. Co to znamená pro velkou mediální firmu? Co to znamená pro zadavatele reklamy? Komu se komplikuje život a kdo na těchto změnách může vydělat?

16:00 - 16:20 **Pohroma jménem "Optimalizace pro mobilní zařízení"**

Martin Michálek - PageSpeed.cz

Jak pomocí nešťastné "mobilizace" elegantně zabít web? Jak naopak vytěžit maximum z nemalého potenciálu mobilního světa? A proč je lepší někdy nedělat vůbec nic? -- Příkladů všech scénářů se mi během hodnocení webů v soutěži WebTop100 vyjevilo více než dost. Přijďte se na ně podívat a zjistěte kam nasměrovat uvažování o expandujícím mobilním světě, tak aby vašemu webu skutečně pomohlo.

16:20 **Program konference pokračuje v sále EMPIRIA**

Hlavní sál EMPIRIA

9:00 - 9:25 **Zahájení konference**

Matěj Novák - Cruxo

9:25 - 9:50 **Top trendy v digitálním marketingu**

Jiří Langer - Moneyball

Kam se ubírá reklama a marketing v roce 2014? Jakou roli v této show hrají tradiční média? Je termín "digitální marketing" již opravdu pohřbený? Na tyto a více otázek si společně odpovíme v přehledu trendů digitálního marketingu.

9:50 - 10:00 **Pauza na přesun do dalších sálů**

10:00 - 10:20 **Online prodej bez eshopu?**

Jiří Caudr

Je konverze do e - shopu opravdu tou nejlepší formou využití webového trafficu? Jaký je rozdíl v konverzích z webu mezi hot a cold leadem? Jak ovlivňuje prodej v e - shopu asistence operátora na chatu? Tato prezentace seznámí diváky s výsledky online aktivit doplněnými offline podporou na webu O2.cz.

10:20 - 10:40 **S loajálním zákazníkem na věčné časy a nikdy jinak**

Michal Štádler - Integrated Retail Marketing Solutions

V dnešní době už má kartičku v peněžence snad každý z nás. Trošku se však podivují nad tím, proč ji tam má, jestli ji používá a proč, a to zejména, proč ji daný obchodník vůbec vydal. Co tím sleduje? Chce poskytnout slevu a nebo hledá dlouhodobou loajalitu? Klíčem ke všemu jsou data. Pokud je tento program na datech postavený - je nakročeno k úspěchu. Data ale musí být ze všech kanálů - jak online tak offline. Musí se tedy zkombinovat dohromady. Cílem je CRM 2.0, zejména to R v té zkratce. Ano Relationship - ten se ve většině vztahů buduje obousměrnou komunikací - dialogem.

10:40 - 11:00 **Jak by měli vaši PRisté využívat sociální média**

Rostislav Starý - Konektor PR s.r.o.

Sociální média dala oboru PR zcela nové možnosti. Jak je naplno využít, co po svých PRistech chtít, jakou roli mají v komunikačním mixu sociální média hrát a jak digitální PR efektivně využít v kampani? Chtějte po PR víc než jen tiskové zprávy!

11:00 - 11:30 **Coffee break**

11:30 - 11:55 **Jak nastolit a udržet styl textů?**

Jan Ambrož - Wunderman

Instantní texty zaplní prázdné místo, ale chutnají málokomu. Zařiďte, aby copywriting ladil s vámi, zákazníky, časem i prostorem. Na příkladech uvidíte, proč styleguide a obsahová strategie nepatří do šuplíku.

11:55 - 12:20 **Zmobilizujte svůj byznys**

Daniel Nohel - Google Czech Republic

Proč by mobil neměl mít místo v mediálním mixu? Jak moc můžeme ignorovat uživatele na mobilu a jakou má hodnotu pro byznys? Dá se vůbec měřit jeho chování? Jak přitáhnout pozornost zákazníka na mobilu?

12:20 - 12:25 **INSPIRACE - Ukázka zajímavého řešení ze soutěže WebTop100**

Jiří Randák - Generali Česká pojišťovna

Inspirativní kampaň na pojištění majetku, aneb bez kola můžete být za pár vteřin.
Unikátní projekt bezkola.cz upozorňuje na krádeže kol - pomocí skryté kamery jsme v krajských městech sledovali za jak dlouho někdo kolo ukradne, a poté využili v online a PR kampani.

12:25 - 12:30 **INSPIRACE - Ukázka zajímavého řešení ze soutěže WebTop100**

Václav Krátký - O2 Czech Republic

Mezi zákazníkem a výhodou nesmí stát překážky.
Jak se stavěl program O2 Extra výhody a co stojí za jeho úspěchem.

12:30 - 13:30 **Oběd**

13:30 - 13:55 **Czech Publisher Exchange po 2 měsících fungování**

Matěj Novák - Cruxo

Jak funguje nově spuštěná platforma Czech Publisher Exchange? Co přinesla českému RTB? A jaká je její budoucnost?

13:55 - 14:20 **Case study RTB a retargeting**

Jiří Malý - PROGRAMMATIC

Přednáška si klade za cíl demonstrovat přínosy různých (re)targetovacích taktik s využitím RTB a možná i odpovědět na nevyřčenou otázku "Vyplatí se vždycky retargeting?".

14:20 - 14:25 **INSPIRACE - Ukázka zajímavého řešení ze soutěže WebTop100**

Richard Stiebitz - Wunderman

4 kroky do showroom

Dá se prodat auto, které ještě nikdo neviděl a nevyzkoušel?

14:25 - 14:30 **INSPIRACE - Ukázka zajímavého řešení ze soutěže WebTop100**

Robert Haas - SYMBIO Digital

Jak se rodila aplikace "Pojď mi hop"?

Chcete se dozvědět, co jsme pokazili při tvorbě nejúspěšnější facebookové aplikace za rok 2012 a neopakovat to znovu?

14:30 - 15:00 **Coffee break**

15:00 - 15:20 **Byznys analytika - co všechno prozradí interní data ve spojení s webem**

Filip Vítek - Sberbank Slovensko

Byli byste překvapení, co všechno o svých datech ještě nevíte. Například, že číslo bankovního účtu klienta anebo jeho faxové číslo v sobě ukrývají návod jak předat danému klientovi víc. Nevěříte?! Přijďte se naučit jak interní data oživit webem a vytlačit z nich vyšší obchodní výsledky.

15:20 - 15:40 **ROPO efekt u České spořitelny**

Honza Průša - Česká spořitelna

Chtějí si klienti v Česku sjednávat své finanční produkty on-line, nebo jdou raději na pobočku? Jaký podíl uživatelů na webu hledá informace, ale nákup dokončuje offline?

15:40 - 16:00 **Jaký vliv mají mediální kanály na chování zákazníků při souběžném sledování více obrazovek?**

Jan Lajka - STEM/MARK

Co prozradí historie webového prohlížeče o souběžném sledování více obrazovek a jaký vliv mají jednotlivé mediální kanály na návštěvu stránek produktů? Odpoví nám výsledky výzkumu na online populaci a experimenty v našem webovém prohlížeči SMARAGD.

16:00 - 16:20 **Bohatství se skrývá v datech**

Pavel Kvasnička - Keboola

Jak s daty pracovat a správně je interpretovat? Na konkrétních příkladech bych rád ukázal, jak a kde data sbírat a dále s nimi pracovat. Co vše se dá analyzovat a jaký to má dopad na Vaše podnikání.

16:20 - 16:30 **Pauza na přesun z malých sálů**

16:30 - 16:50 **Stav českých firem a digitálního marketingu v roce 2013**

Ivan Pilný - TUESDAY Business Network

Správně formulovaná otázka je často důležitější než odpověď. Ptejme se častěji proč to děláme, pro koho to děláme, na koho to má působit spíše než jak to děláme a jakou technologii používáme.

16:50 **Předpokládaný konec konference**

Malý sál PANORAMA

10:00 - 10:20 **Atribuční modely - aneb, které marketingové aktivity fungují a které nikoli**

Pavel Trejbal - OPTIMICS

Atribuční modelování trpí jedním klíčovým neduhem – různé modely, potažmo různé nástroje, přináší zcela odlišné pohledy na to, které marketingové aktivity mají zásluhy na vašich obchodech. Proto si přijďte poslechnout několik postřehů o tom, kdy má význam se atribučním modelováním zabývat a podle jakých kritérií zvolit takový model, který je smysluplný pro váš business.

10:20 - 10:40 **Jak (ne)pokazit redesign webu?**

Jan Tichý - Taste

Redesign je zásadní okamžik v životě každého webu, který může hodně přinést, ale dá se při něm také ledacos pokazit. Jan Tichý ve své přednášce upozorní na celou řadu přešlapů, kterých se provozovatelé webů při redesignu často dopouštějí. Opakovaně, zas a znovu.

10:40 - 11:00 **Online strategie z postele mezi top prodejce**

Martin Pěnička - TisknuLevne.cz

Případová studie, jak rostl projekt TisknuLevne.cz. Ukážeme postupný vývoj našich marketingových aktivit a strategií tvorby webu s ohledem na dostupné technologie, velikosti rozpočtů, a v neposlední řadě s ohledem na vlastní znalosti a zkušenosti.

11:00 - 15:00 **Program konference v tomto čase probíhá v hlavním sále EMPIRIA**

15:00 - 15:15 **5 způsobů, jak zvýšit konverzi a obrat z emailového marketingu**

Jan Penkala

Naprostá většina e-shopů a společností posílá stejnou nabídku na všechny zákazníky. Co se stane, když začnete segmentovat, personalizovat nebo nastavíte automatizovaný emailový program? Co nejvíce funguje a jak opravdu využít maxima informací, které zákazník o sobě dává? Inteligentní emailing je o posílání správných sdělení správným zákazníků ve správný čas se správnou motivací a nabídkou. V této prezentaci ukážeme pět praktických příkladů, které jsou základem inteligentního emailingu a kterými velmi rychle zvýšíte obrat z emailové komunikace.

15:15 - 15:30 **Optimalizace výkonnostních kampaní a landing page optimization**

Aleš Fodor - Sherpas

Jaké mohou být dopady optimalizace PPC kampaní a SEO? Na několika příkladech si ukážeme základní kroky vedoucí k výkonu, ale i slepé uličky, kterým byste se měli vyhnout.

15:30 - 15:45 **Nastavení A/B testu živě**

Martin Snížek - Rohlik.cz

A/B testování je základním způsobem zlepšení konverzního poměru webu. Během 5 minut vám ukážu, jak jednoduchý A/B test nad webem vytvořit a spustit.

15:45 - 16:00 **Uživatelské testování**

Adam Fendrych - Česká televize

Uživatelské testování je zdaleka nejúčinnější zbraní, kterou máme při prosazování UX ve firmě. Není ale všemocné a lidé od něj často očekávají více, než může dát. Ukážu vám, kdy a jak testování použít a na co si dát pozor.

16:00 - 16:20 **Panelová diskuse**

Adam Fendrych - Česká televize, Aleš Fodor - Sherpas, Petr Ocásek - Click2stream, Jan Penkala, Martin Snížek - Rohlik.cz

Diskutujte s vystupujícími jak nejlépe optimalizovat konverze na Vašem webu a dalších digitálních řešeních.

16:20 **Program konference pokračuje v hlavním sále EMPIRIA**