Konference WebTop100 2015

11. listopadu 2015 / 9:00 / Grandior Hotel Prague Na Poříčí 42, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní sál

9:15 - 9:30 **Úvodní přivítání**

Matěj Novák - Cruxo

9:30 - 10:10 **Customer Top Tasks**

Gerry McGovern - Customer Carewords Ltd.

How to understand what is most important to your customers. Creating a digital environment that allows your customers to do what they want, as easily and efficiently as possible.
(Prezentace bude v anglickém jazyce bez překladu)

10:15 - 10:40 **Efektivnější digitální inovace díky uživatelům**

Jiří Suchý - Sherpas

Ukážu vám, jak zapojit do inovačního procesu vaše budoucí uživatele a doručit inovaci, ze které budou nadšení jak uživatelé, tak vaše marketingové oddělení.
Digitální inovace momentálně bzučí na chodbách všech velkých korporací. Jako je tomu dobrým zvykem, většinou jsou inovace především nápady jednotlivců nebo výstupy kreativního procesu nejrůznějších firemních či agenturních týmů. Ve finále se pak často ukazuje, že o nový produkt, stránky nebo službu nikdo nestojí, případně že nefungují ani vzdáleně tak, jak by si uživatelé přáli. Přitom je jednoduché tomu předejít - stačí uživatele do vašeho inovačního procesu ve správné momenty zapojit. Podělím se s vámi o konkrétní ukázky jak na to a o praxí osvědčenou metodologii, která vede k win-win výsledkům.

10:45 - 11:15 **Coffee break**

12:00 - 12:25 **How a DMP can change your business**

Christoph Jourdan - Adobe

I will help to position in your mind the following
1) Why is important to know your audience? Single conversation with user and personalise and targeting. Move from prospect to advocate.
2) If you have a DMP what are the benefits. How can you talk to your CMO, COO or CEO and show the value of a DMP. This could be in new revenue streams, media efficiencies or additional insights.
3) And once you understand what a DMP is, and the value and benefits it will bring to your organization, how do you make that next step and implement?
(Prezentace bude v anglickém jazyce bez překladu)

12:30 - 12:55 **Panelová diskuze: Budoucnost programmatic marketingu**

Christoph Jourdan - Adobe, Matěj Novák - Cruxo, Martin Slavík - OMD, David Špinar - Google Czech Republic

Programmatic postupně ovládá digitální reklamu. Co od něj čekat dál vyplyne z panelové diskuse vedené Matějem Novákem.
(Panelová diskuze bude v anglickém jazyce bez překladu)

13:00 - 14:00 **Oběd**

14:00 - 14:25 **Videoobsah online - za víc práce... čím dál tím víc muziky**

Jan Jirsa - LEGO

Podělím se s vámi o to, jak videoobsah konzumuje současná nejlmladší generace a jak zjistit, jestli online obsah opravdu funguje.
"Nové" kanály pro šíření obsahu se neustále dynamicky rozvíjejí a vyžadují flexibilní přístup v režimu 24/7, což je mnohdy přesný opak toho, jak jsou ze své definice schopny fungovat větší firmy nebo mezinárodní korporace. Dnešní nejmladší generace (vaši budoucí zákazníci) už neví, co byla "klasická" masová média. Jak a kde se k nim dostat a co je jim potřeba nabídnout? Jak změřit efekt videoobsahu na značku v porovnání s ATL?

14:30 - 14:55 **8 kroků, jak co nejlíp využít agenturu a přitom zůstat partnery**

Dorota Kajfoszová - O2 Czech Republic

Objevíte, jak jsme nastavili spolupráci s našimi online i offline agenturami, jak jsme je zapojili do interních projektů a jestli stojí za to agenturu insourcovat nebo raději nechat mimo firmu.
Vztah agentury a klienta vzbuzuje nekončící diskuze. Výběrová řízení, pooly agentur, rivalita, eskalace, ale taky nadšení, nové nápady, kreativita, vhled do problematiky nebo špičkové koncepty. V poslední době jsme v O2 zažili mnoho modelů spolupráce s agenturami a já shrnu naše poznatky a poučení, ze kterých třeba budete čerpat i vy.

15:00 - 15:10 **INSPIRACE: Pod to se podepíšu!**

Veronika Hromadová, Martin Paukrt - Footshop

Ukážeme vám jak unikátní etiketa prodá víc než sleva, sex a kontroverze dohromady.
Lahev alkoholu je osvědčený záložní dárek pro případy, kdy nemáte dost fantazie nebo jednoduše čas cokoliv vymýšlet. Pokud ale máte možnost na etiketu napsat ponižující přezdívku obdarovaného z mládí, dělí vás od titulu mistra orginálních dárků jen pár kliků. Když navíc pod kampaň podepíšete lovebrand, necháte zákazníky na etikety napsat jakoukoliv blbost a umíte na rozdíl od pošty křehké zboží i doručit, máte vyhráno. Pak už jen počítáte výdělky, probíráte se žádostmi o sepsání případových studií a při průchodu okolo zrcadla šibalsky mrkáte na marketingového guru, který právě objevil Ameriku jménem personalizace.

15:15 - 15:45 **Coffee break**

15:45 - 16:10 **Using recommendation technology to deliver better email marketing ROI**

Frank Strzyzewski - XQueue GmbH

Email marketing results greatly depend on many factors – email address quality, content, frequency, subject lines, sender alias, deliverability, sendout time, number of offers etc. The presentation shows how data science and recommendation technology can be used to gain better insights and improve the return on email. In particular we highlight that advanced email technology is no longer restricted to large enterprise clients but can be successfully applied by mid-size and smaller companies as well. All cases presented are based on real world examples from our client base.
(Prezentace bude v anglickém jazyce bez překladu)

16:15 - 16:40 **Proč jsou portály drahé a věčně ve zpoždění?**

Petr Hnízdil - Trask solutions

Je důležité poučit se z chyb. Projdu s vámi problémy, se kterými se setkávám, příčiny těchto problémů, důvody proč vznikají a techniky jak se jim bránit.
Při realizaci velkých portálů přijde dříve nebo později otázka: Proč je to tak drahé a proč se to zase zpozdilo? Při provozování jsou nejčastější dotazy: Proč to neprodává a proč mi stále chodí klienti na pobočku? Projdeme nejčastější nemoci velkých portálů, jejich symptomy, příčiny vzniku a způsob léčby včetně preventivních opatření. K nemocem time-to-market a overbudget prostě docházet nemusí.

16:45 **Předpokládaný závěr konference**

Sál Euforie

9:15 - 9:30 **Úvodní přivítání**

Vladimír Rejlek

9:30 - 9:55 **Největší právní problémy při práci s daty v on-line marketingu**

Zdeněk Kučera - Dentons Europe CS LLP, organizační složka

Přesvědčím vás, že je důležité nezapomínat, že práce s daty má svou právní úpravu. Nejeden marketér už se s finančním postihem setkal.
V praxi se často setkáváme s případy, že marketéři pracují s daty, aniž by znali základy právní regulace. Cílem prezentace je poukázat na nejzávažnější prohřešky on-line marketérů na české i evropské úrovni, doporučit, jak se jich vyvarovat, a upozornit, jaké sankce za ně hrozí.

10:00 - 10:10 **INSPIRACE: Ford – Tap Gear – Tankování hendikepovaných**

Aleš Křivánek - Wunderman

Přesvědčíme vás, že i za pomoci jednoduché mechaniky lze udělat kampaň, která má nejen smysl a pomáhá, ale zároveň posouvá značku dál.

Ukážeme vám, jak jsme pomocí videa a jeho virálního potenciálu pomohli kapele The Tap Tap natankovat 3200 litrů nafty do jejich nového vozu Ford Tourneo. Ten kapele darovala společnost Ford v rámci svého programu Ford Handy. Za pouhý měsíc se o programu Ford Handy, který nabízí speciálně upravené vozy pro hendikepované, dozvědělo přes 200 000 lidí. Video se zároveň stalo druhým nejsledovanějším videem Fordu ČR všech dob.

10:15 - 10:40 **Měnící se digitální život je Vaše příležitost**

Tomáš Pflanzer - Nielsen Admosphere

Ukážu vám, jak využít změny v chování spotřebitelů.

Zaměřím se na to, jak se díky novým technologiím mění chování lidí v digitálním i v offline světě a přiblížím několik úspěšných kampaní, které toho využily. Dochází opravdu k odlivu teenegerů ze sociálních sítí? A pokud ano, kam se přesouvají? Mají youtubeři v ČR nějaký vliv a mohou Vaší značce nějak pomoci? Co nové služby pro sdílení videa v reálném čase? Jsou jen slepou uličkou? A co wearables, jak vypadá jejich nástup a které kategorie mohou v budoucnu ovlivnit? Mohou značky nějak využít multiscreening? To všechno se dozvíte na mé přednášce.

10:45 - 11:15 **Coffee break**

11:15 - 11:40 **Věrného zákazníka si musíme zasloužit**

Linda Hlaváčová - ZOOT

Ukážu vám, jak uvažuje marketér, který myslí hlavně na zákazníka, ne jen na krátkodobé cíle. Odnesete si 3 minipřípadovky, které můžete hned zítra aplikovat na váš e-shop.

Spousta firem se v online marketingu zaměřuje hlavně na zvyšování efektivity akvizičních kampaní, ale bez koncepčního přístupu ke komunikaci se stávajícími zákazníky je úspěch nemožný nebo velmi pracný. Můžete se pokusit zákazníky k dalšímu nákupu nákladně nutit, ale věrní zákazníci u vás budou nakupovat dobrovolně a rádi. Na budování vztahu však musíte aktivně pracovat a vést se zákazníky dialog - po správných skupinkách, anebo dokonce s každým zvlášť.

11:45 - 11:55 **INSPIRACE: Jak jsme chtěli zákazníkům popřát všechno nejlepší**

Milan Duda - CZC.cz

Jak jsme chtěli zákazníkům popřát všechno nejlepší, ale neznali jsme jejich datum narození.

Jak si říct o citlivá osobní data 250.000 zákazníků, nenaštvat je u toho, ale možná spíš rozesmát? Nejlépe na Apríla. Originální e-mailingová kampaň, která měla krásné rejty a kliky všeho druhu a opravdu (téměř) nikoho nevytočila.

12:00 - 12:25 **Nutriklub.cz: když databáze uživatelů není jen adresář kontaktů**

Tereza Roučková - Nutricia a.s.

Ukážu vám, jak značka může pracovat s databází uživatelů pro budování vztahu a získávání marketingových insightů.

Na rozdíl od běžných marketingových pouček, které říkají, že loajalitu bychom měli budovat hned od prvního nákupu, v Nutricia začínáme budovat vztah se zákazníkem již dlouho před nákupním rozhodnutím. Pomocí různorodých registračních nástrojů budujeme databázi maminek, s nimiž komunikujeme pomocí na míru ušitého automatizovaného emailingového programu či personalizovaných Facebookových reklam a později je překlápíme na zákazníky. Jsou registrovaní zákazníci loajaálnější? Jak s databází pracujeme k získávání marketingových insightů? Jaké metriky úspěšnosti si hlídáme? O to se s vámi podělím během své přednášky.

12:30 - 12:55 **Data nestačí sledovat. Musíte je i propojit.**

Milan Janecký - Wunderman

Naučím vás, jak propojit sociální a transakční data. Ukážu vám, jak díky vaší databázi dat můžete poznat svého zákazníka a jak různé datové zdroje přeměnit do vhodné komunikace.

O tom, že data jsou nezbytnou součástí marketingové komunikace vás už nikdo přesvědčovat nemusí. Víte ale, jak propojit online a offline data o svých zákaznících? A proč spojit oddělené databáze transakčních, komunikačních, sociálních a digitálních dat? Právě díky jejich propojení dokážeme identifikovat, co konkrétní zákazník preferuje, jak se chová a jak je pro firmu důležitý, ale třeba i to, jaké výsledky firmě přináší.

13:00 - 14:00 **Oběd**

14:00 - 14:25 **Vše, co jste chtěli vědět o technologii iBeacon**

Petr Dvořák - Lime - HighTech Solutions

Ukážu vám, jak pomocí technologie iBeacon lépe komunikovat s vašimi klienty, ale i to, že nasadit technologii iBeacon ve vaší společnosti může být rychlé, snadné a levné.

Technologie iBeacon přináší zcela nové příležitosti tvůrcům mobilních aplikací. Umožňuje totiž, aby aplikace lépe porozumněly situaci, ve které se nachází jejich uživatel, a podle toho jednaly. Aplikace tak mohou zobrazovat kontextově relevantní obsah a aktivně na něj uživatele upozornit jakmile se ocitne v místě, kde to dává největší smysl. Přímočaré využití tak iBeacon nachází například v "proximity marketingu" nebo při sběru cenných dat o pohybu zákazníků v rámci prodejny.

14:30 - 15:10 **Panelová diskuze: Mobilní budoucnost**

Tomáš Čermák - eMan, Petr Dvořák - Lime - HighTech Solutions, Miloš Endrle - Geewa, Petr Fodor - www.appagent.co

Jakým dalším způsobem promluví mobilní zařízení do digitálního marketingu? Co lze očekávat za rok, co za 5 let? Jaké hledat byznysové využití od chytrých hodinek, iBeacons, brýlí a dalších mobilních technologií dneška a blízké budoucnosti? A není budoucnost náhodou namísto malých mobilních zařízeních ve velkých chytrých televizích?
Nejen na tyto otázky budou v panelové diskusi hledat odpovědi přední čeští odborníci na mobile.

15:15 - 15:45 **Coffee break**

15:45 - 16:10 **Jak přežít redesign obsahu korporátního webu**

Jan Ambrož - Wunderman

Prozradím vám recept, který skamarádí kvantitu s kvalitou textů.

Poslechněte, jak jsme s láskou a osobní péčí napsali tisíce stránek obřího webu. Co se nám podařilo? A co se nepovedlo? Odnesete si tipy na content strategy a organizaci copywritingu v různých jazykových mutacích. Ověřeno na vlastní kůži a drsnou praxí.

16:15 **Předpokládaný závěr programu v sále**

Sál digitálních agentur

9:15 - 9:30 **Úvodní přivítání**

David Beška - Skrz.cz

9:30 - 10:55 **Léčíme frustraci automatizací**

Roman Appeltauer - Roman Appeltauer

Ukážu vám, jak začít s automatizací práce v online marketingu.

Děláte-li reporty ručně, nemáte je rádi, takže je nečtete a nepoužíváte pro správná rozhodnutí. A nenalhávejte si, že ano. V online marketingu pomohou data každému dělat svou práci lépe i těm, kteří se jich zdánlivě bojí. Automatizování nejen reportů není luxus, ale tajný trik úspěšných online marketérů. Předvedu vám rychlé triky v Google Analytics a Excelu, ale i příklady náročnějších řešení.

10:00 - 10:10 **INSPIRACE: Sociální experiment**

Martin Ježek - Inspiro Solutions

Ukážeme vám, že i korporátní klienti dovedou být odvážní.

Zacílený seeding a propojené reklamní kanály vytvořily silnou kampaň. Ale správné načasování odhalení značky dělá z jednoduché kampaně na zubní pastu virální trend. Pokud nervy vašeho brand managera unesou zobrazení loga firmy až po jedenáctém kliknutí, máte obrovskou šanci nadchnout. Předtím než inovace, načasování a silný motivátor znásobí očekávané výsledky kampaně.

10:15 - 10:40 **Jak nevyhodit čas a peníze při redesignu webu?**

Jakub Provazník - AITOM Digital

Ukážeme si, jak nastavit postup z pohledu klienta i agentury tak, aby projekt měl větší smysl a nedělaly se žádné zbytečné kroky navíc.

Tvorba webu nebo jeho redesign jsou tisíckrát omílané téma. Je to něco, co každého čeká buď u stávajícího webu, nebo při startu nových projektů. Jak ale připravit správně redesign a co udělat proto, aby náš starý/nový web byl úspěšný? Určitě vás zajímá, jak zjistit, jestli má vůbec daný projekt šanci přinést zpět svoji investici? Projdeme si několik praktických kroků, které už nám i našim klientům ušetřily spoustu šedin i zbytečných investic. Řekneme vám, jak při přípravě webu můžeme z klienta dostat to nejdůležitější o jeho byznysu a zapracovat do webu tak, aby to mělo smysl.

10:45 - 11:15 **Coffee break**

11:15 - 11:40 **Méně (inovací) je více**

Petr Hnízdil - Trask solutions

Inovace je heslo, které provází online svět. Řešení mají být inovativní, v něčem lepší, oslňující, mají získat ocenění … Kde je hranice mezi investicí a ziskem? Je inovace tím správným způsobem řešení?
Časté zadání na online řešení je „předběhnout“ – dobu, konkurenci, klienty … Výsledek dost často připomíná jo-jo efekt – rychle nahoru a rychle dolu. Projděme spolu cestu inovace versus výsledky day-to-day business, souvisejících investic, dopadů na zisk a reakce klientů.

11:45 - 11:55 **INSPIRACE: Case study: Rok s miliardářem Henrim**

Kamila Kreilová - Allwyn Česko, Martin Svetlík - Ogilvy

Jak během natáčení televizního spotu pořídit digitální obsah na celý rok? A jak nejen na sociálních sítích ukázat svět miliardáře, aby inspiroval ke snění o miliardových výhrách? Case study k digitální kampani na loterii Eurojackpot.

12:00 - 12:25 **Využití dat k lepšímu cílení online reklamy napříč weby**

Tomáš Kubín - Českomoravská stavební spořitelna, Lukáš Rýdl - FTV Prima

Ukážu Vám společně s naším klientem ČMSS způsob vyhodnocování analytických dat a jejich využití pro efektivní cílení reklamy napříč různými doménami a jejich přínos pro remarketing.
Čím větší firma, tím více cílů, KPI’s a marketingových kanálů, které je potřeba vyhodnocovat a rozhodovat se, jak svůj rozpočet vyčerpat co nejefektivněji. Základem pro správná rozhodnutí jsou konsolidovaná data, která průběžně ukazují plnění strategických cílů. Důležitým faktorem není jen konverze, ale také pohled na chování uživatelů a pochopení jejich motivů. Obzvláště, pokud je jejich loajalita cílem vaší strategie. Ukážeme vám, jak lze k tomuto složitému úkolu přistupovat a co je všechno potřeba udělat proto, aby jste ve finále měli jasno na jeden klik.

12:30 - 12:55 **Marketing 3.0 - Chytré denní behaviorální kampaně**

Jiří Mach

O personalizaci slyšíme ze všech stran, má ale vůbec smysl a reálný přínos? Přijďte se dozvědět, jak je to dopadlo v Airbank.
Čím dál častěji se potkáváme s důležitostí oslovení klienta se správnou nabídkou, ve správný čas a správným komunikačním kanálem. Dělá to ale opravdu vůbec někdo a přinese mi to peníze nebo je to jen marketingová hračka? Jak vypadá chytrá denní mikro kampaň? Jakou roli hrají big data a umělá inteligence a zároveň, proč je důležité mít pod kontrolou celý proces kampaně? A to nejdůležitější nakonec – jestli a jak to funguje, vám ukážu na case study z Airbank.

13:00 - 14:00 **Oběd**

14:00 - 14:25 **Mobilní obchodník – digitální transformace řízení obchodu Bohemia Energy**

Pavel Paták - BOHEMIA ENERGY entity s.r.o.

Ukážu vám, čeho lze dosáhnout a jaká data získáte, pokud 500 obchodníků odloží papíry a začne uzavírat smlouvy pomocí tabletu.
Když do vašeho backoffice měsíčně dorazí 10 tisíc papírových smluv, je to nepřehlédnutelná hromada papíru. Digitalizace není o tom, že ty papíry na vstupu naskenujete a pokusíte se je s lepším či horším výsledkem přečíst pomocí OCR. Data je potřeba už při vzniku ukládat digitálně. A tím to pouze začíná, protože musíte změnit prakticky všechny procesy pro obchod i backoffice. Bolí to, ale údaje a nástroje, které získáte pro řízení obchodu, jsou nedocenitelné.

14:30 - 14:55 **Generování profitu v on-line je otázka rozhodnutí!**

Martin Ptáček - Cross Masters

Ukážu vám, jak naplno využít marketingový rozpočet v e-commerce k dosažení maximálního profitu či obratu a bez čeho se rozhodně neobejdete.
Říká se, že 50% marketingového rozpočtu je možné investovat mnohem efektivnějším způsobem, jenom nevíme, která část investice to je. Digitální média s sebou přinesla mnohem lepší měřitelnost, a možnost vyhodnocování. Znamená to však, že umíme tato data správně využít a lépe se díky nim rozhodovat? Jaký je váš cíl v současné době? Společně přetavíme marketingovou investici právě na maximální obrat nebo profit.

15:00 - 15:10 **INSPIRACE: Mobilní aplikace Můj vlak**

Robert Haas - SYMBIO Digital, roman menc - České dráhy

Ukážeme vám, že méně je někdy více.
Vše co jste nevěděli o unikátní mobilní aplikaci Můj vlak, aneb proč už není třeba dávat ucho na koleje.

15:15 - 15:45 **Coffee break**

15:45 - 15:55 **INSPIRACE: Od myšlenky k funkčnímu e-shopu LOAP.cz**

Iva Faiklová - Piccollo, Aleš Příbramský - PragueBest

Ukážeme vám, na co všechno se připravit psychicky, organizačně, finančně i časově, abyste získali e-shop na míru, který splní očekávání nejen vašeho šéfa, ale především bude vyhovovat vašim zákazníkům.
Mít hezký moderní přehledný a intuitivní e-shop na míru, který snadno mění návštěvníky v zákazníky, je snem každého online obchodníka. Pokud však do světa online obchodování teprve vstupujete a vytváříte e-shop pro značku, která do té doby fungovala pouze jako velkoobchodní, musíte se připravit na řadu změn, které se dotknou nejen vašeho marketingu, ale všech oddělení napříč firmou. Někdy to budou nervy a bude to bolet. A určitě to bude něco stát.

16:00 **Předpokládaný závěr programu v sále**

Sál Fórum

10:15 **Diskuze se Zdeňkem Kučerou**

Zdeněk Kučera - Dentons Europe CS LLP, organizační složka

11:15 **Diskuze s Jiřím Suchým**

Jiří Suchý - Sherpas

12:00 **Diskuze s Romanem Appeltauerem**

Roman Appeltauer - Roman Appeltauer

12:30 **Diskuze s Lukášem Rýdlem**

Lukáš Rýdl - FTV Prima

14:00 **Diskuze s Milanem Janeckým**

Milan Janecký - Wunderman

14:30 **Diskuze s Janem Jirsou**

Jan Jirsa - LEGO

16:15 **Diskuze s Frankem Strzyzewski**

Frank Strzyzewski - XQueue GmbH