Konference WebTop100 2018

15. listopadu 2018 / 9:00 / NÁRODNÍ DŮM NA VINOHRADECH Náměstí Míru 820/9, 120 53 Praha

Program akce

Majakovského sál

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Vladimír Rejlek

9:10 - 9:35 **Dejte UX opravdový význam**

Petr Pouchlý - Court of Moravia

Mezi webovými designéry někteří vedou oprávněnou diskuzi, proč UX (uživatelský zážitek/pozitivní zkušenost) není UI (uživatelské rozhraní). Běžný smrtelník rozdíl příliš nevidí, ale UX se častěji omílá, takže zní více sexy. A bohužel i pro spoustu UX designérů začíná a končí tato disciplína u dynamiky průchodu appkou či webem. Sem tam někde vytáhne ještě techniku či dvě z designu služeb. Profesoři Pine & Gilmore nabízejí trochu jiný pohled na věc. Dovolte mi pozvat vás na skvělé představení pro vaše klienty. Nahlédneme za oponu tématu ekonomiky zážitku a provedu vás zákulisím přemýšlení o dané problematice. Bude to asi jako rozdíl mezi koukáním na fotky stejku na Instagramu vašeho kámoše a zbaštěním 200 gramů skvělého Wagyu v Kobe. Možná se vám to nebude líbit, ale rozhodně to potřebujete zkusit, jestliže chcete tvrdit, že víte něco o mase. O webu, o webu tam čtěte ;)

9:40 - 10:05 **Výzvy obsahového marketingu pro rok 2019**

Marcela De Vivo - SEMrush

Všichni digitální marketéři a podnikatelé neustále hledají nové způsoby, jak na své stránky dostat více lidí a zvýšit své tržby. Obsahový marketing není jenom způsobem, jak zlepšit postavení vašich stránek ve výsledcích vyhledávačů (organické výsledky) nebo zvýšit návštěvnost vašich stránek, ale také způsobem, jak vaši značku polidštit prostřednictvím profilů na sociálních médiích.
Během své prezentace se podělím o řešení nejčastějších problémů, s nimiž se bude obsahový marketing na celém světě v roce 2019 potýkat.
(Prezentace proběhne v anglickém jazyce bez překladu)

10:10 - 10:35 **Pro zadavatele: Jak kvalitně PPCčkař pracuje na vašich kampaních?**

Markéta Kabátová - uLab

Neprůhledně. Takto působí správa PPC kampaní a práce PPC specialistů na většinu firem. Jak ale zjistit, jestli jste si najali kvalitního specialistu? V přednášce se zamyslím nad tím, jaké reporty a metriky sledovat, abyste si byli jistí, že se na vašich kampaní pracuje dobře.

10:40 - 11:10 **Coffee break**

11:10 - 11:35 **Kreativní datavertising**

Michal Pastier - Darwin& the Machine

Jak využít data na kreativní kampaně, které prodávají? Ukázky světových i lokálních kampaní a jejich výsledků z kuchyně oceňované Zaraguzy a jedné z nejrychleji rostoucích SaaS firem na světě, Exponet.

11:40 - 12:05 **Digitální cyklus kampaně - Jak dělat online efektivně?**

Kamil Aujesky - samsiDigital

Inspirací na tuto prezentaci je kniha Ogilvy o reklamě v Digitálním věku. Prezentace je více inspirativní čili netřeba očekávat konkrétní kroky, jak dělat online efektivní, ale spíše inspiraci principů, nad kterými se zamýšlet při vytváření online kampaně.

12:10 - 12:35 **Jak pomocí Instagram Stories zvýšit popularitu svého účtu na Instagramu?**

Aki Votrubová - Aki Votrubová

Instagram Stories nejsou jen mizící obrázky a videa. Mohou se stát efektivním nástrojem, který podpoří dosah a popularitu instagramového profilu. Instagram Stories lze využívat k taktickým i zábavným sdělením i jako propojení s mediálním formátem či pravidelnou online show. Nejzajímavější kampaně, čísla a kreativní využití Stories popíše při svém vystoupení Aki Votrubová.

12:40 - 13:40 **Oběd**

13:40 - 14:05 **Data-driven is dead, long live business-driven!**

Pavel Brecík - Mall Group

Myslíte si, že být data-driven stačí? Jakými metrikami řídíte investice do placené reklamy? CPC, CPA nebo ROI? Vyhodnocování investic do placených kampaní je stále v plenkách a kvalitou neodpovídá objemu investici vložených do marketingu. Pojďme si ukázat praktický příklad, jak jednoduché je každou investovanou korunou ve skutečnosti ztrácet i když se to na první pohled nemusí zdát.

14:10 - 14:35 **Psychologie a vnímání ceny**

Ondřej Ilinčev - ILINCEV scientific marketing

Všechno, co jste chtěli vědět o cenotvorbě a báli jste se zeptat... jak zvolit cenu (přesná, zaokrouhlená), jak ji graficky ztvárnit (velikost písma, pozice, blízkost ostatních cen), jak snížit bolest spojenou s placením (kdy dávat slevy a jaké, jak řešit placení po částech) a to není vše.

14:40 - 15:05 **Recruitment jako loyalty program**

Matěj Matolín - STRV

Nejlepší kandidáti nezmění práci kvůli jednomu náborovému emailu nebo inzerátu. Je třeba systematicky budovat komunitu a vztahy: segmentace, obsahový marketing, event marketing, automatizace, chatboti.

15:10 - 15:40 **Coffee break**

15:40 - 16:05 **Přijde další AI zima?**

Jan Romportl

S umělou inteligencí (artificial intelligence, AI) je dnes něco jinak. Teď už opravdicky. Tedy alespoň si to tak rádi myslíme. A alespoň už AI začala dodávat nějaké užitečné výsledky – na rozdíl od všech předchozích dekád svého vývoje, kdy AI opakovaně upadala do temných období takzvané AI zimy provázené ztrátou důvěry vědců, investorů i veřejnosti. Pokusím se ukázat, co je jiného na dnešní „nové AI“ a jestli ji také hrozí další AI zima. Zkusím též propojit své zkušenosti z akademického výzkumu AI, korporátní data science a AI startupové scény a ukázat jeden z možných budoucích scénářů, jak bude AI živena akademickou půdou, tvarována startupy a využívána korporacemi.

16:10 - 16:35 **Úniky dat, co to vůbec je a jak na ně reagovat**

Michal Špaček - Michal Špaček

Když vám uniknou uživatelská data, tak to může zavařit nejen vám, ale i konkurenci. Nejásejte, protože když uniknou data konkurenci...
Prozradím pár triků, jak úniky detekovat. Jeden prozradím hned: neházejte e-maily ode mě do spamu!
Zabrousíme lehce do ochrany a budeme se věnovat i správné reakci na únik.
Američtí vědci totiž zjistili, že to není o tom, jestli vám data uniknou, ale až vám uniknou.

16:40 - 17:05 **Digitalizace státu: pohled z venku vs. pohled z venčí**

Michal Bláha - Michal Bláha

Digitální projekty veřejné správy včera, dnes a zítra. Kam a proč se státní správa dostala a jak z toho ven.

17:10 **Předpokládaný závěr programu**

Raisův sál

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Matěj Novák - Cruxo

9:10 - 9:35 **Sledování mikro-cílů - jak určit, zda má kampaň budoucnost**

Michal Blažek - Marketing Makers

Pokud měříte pouze nákupy/poptávky, tak u většiny českých účtů není možné říci, která kampaň funguje a která nikoliv. Dat prostě není dostatek. Při měření správných mikro-cílů získává správce širší a kvalitnější zpětnou vazbu a dokáže určit, která kampaň má potenciál a kterou by měl raději vypnout.

9:40 - 10:05 **Stavebniny PRO-DOMA case study: Jak děláme online marketing pro více než 40 poboček**

Jakub Racek - Digital Vision Czech Republic

Povím vám, jak jsme nastavovali propagaci napříč kanály pro desítky samostatných poboček stavebnin a jestli se vůbec vyplatí do podobných projektů investovat tolik času navíc. Ukážu vám taky, jak jsme k tomu využili data nasbíraná během předchozí brandové kampaně a které skripty používáme k usnadnění naší práce.

10:10 - 10:20 **Ozvěny budoucnosti - nadčasová náborová kampaň do Technického vývoje ŠKODA AUTO**

Tomáš Preněk - Publicis Groupe, Ondřej Vataščin - Isobar

Představte si, že znáte tajemství automobilových novinek, které se na trhu objeví až za několik let. Máte oddělení plné technologií a patentů, o kterých nesmíte mluvit. A teď si představte, že je vaším úkolem nic z toho co víte nepoužít, a přesto oslovit těžko dosažitelnou cílovou skupinu studentů a absolventů technických vysokoškolských oborů. To je výzva, se kterou se poprala agentura Isobar (dříve Bistro Agency).

10:20 - 10:40 **Oživlé vzpomínky prodávají**

Jaroslav Novák - Wunderman

Pokud komerční značka postaví do centra pozornosti zákazníka a snaží se být užitečná ve prospěch každého jednoho zákazníka, pak získává věrnost, která přináší velké peníze. Aneb data, která nejsou vidět, ale můžou pracovat ve prospěch prodeje, když jim to umožníte.

10:40 - 11:10 **Coffee break**

11:10 - 11:35 **Audio podcasty v ČR - Vhodný marketingový nástroj nebo bublina?**

Dan Tržil - http://dantrzil.cz/

Slyšeli jste už o audio podcastech? V USA už se těší podcasty velké popularitě, ale jaká je situace v ČR? V této přednášce se dozvíte, jaký je stav podcastů v ČR, jaké jsou specifika tohoto typu obsahu a jak využít podcasty ve firemním (nebo osobním) marketingu.

11:40 - 12:05 **Jak předejít tomu, aby se z influencer marketingu stala pouze drahá imprese?**

Petr Kurz - elem6

Influencer marketing je trendem posledních let. Umí ho však značky správně uchopit a integrovat do zbytku své komunikace v onlinu? V přednášce se zaměřím na základní chyby, kterých se většina marketérů dopouští v honbě za vysokými čísly v reportu. Na příkladu spolupráce značky LAMAX Electronics s RYTMUSem ukáži, jak důležitou roli při výběru influencera hraje tonalita a prozradím pár dalších tipů při výběru správného influecenra pro váš brand.

12:10 - 12:35 **Tuhle reklamu nepřeskočíš**

Ondřej Sitta - Seznam.cz

V době, kdy je každý z nás bombardován několika tisíci reklamními sděleními denně, vyvstává otázka, co všechno jsme ještě schopni vstřebat. Jak se ujistit, že zrovna ta má reklama nebude ignorována? Řešením může být nativní reklama. Těšit se můžete na ukázky toho, jak funguje u nás v Seznamu.

12:40 - 13:40 **Oběd**

13:40 - 14:05 **5 právních pastí PPCčeka**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Že vám PPC kampaně nebudou vydělávat je až druhý nejhorší scénář. Když si totiž vy nebo vaše agentura netykáte se zákony, můžou vás špatně nastavená PPCčka dostat i do větších malérů, než jsou mizivé konverze. Na praktických příkladech si ukážeme, co mají společného PPC reklamy a nekalá soutěž, GDPR, autorská práva, ochranné známky a očekávané ePrivacy, co z toho fakt smrdí průšvihem a nad čím můžete mávnout rukou.

14:10 - 14:35 **Pomocníci v PPC systémech, kteří vás překvapí**

Tomáš Turek - Sherpas

Prostředí Google Ads a Skliku, prochází neustále nějakými méně více či méně zásadními úpravami. Základ nicméně zůstává stále podobný a dá se předpokládat, že každý člověk, který někdy přišel do profesionálnějšího kontaktu s internetovou reklamou, se v jejich prostředí vyzná.
V rámci své přednášky vás přesto upozorním na zákoutí systémů, která vám do této chvíle třeba zůstávala skryta. A třeba pro vás zafungují jako ty pověstné "skryté poklady", prostřednictvím nichž se vám otevřou nové možnosti správy vašich kampaní.

14:40 - 15:05

Optimalizují DSP dle Alčka nebo spíš IjAčka?

Jiří Malý - PROGRAMMATIC

Programmatic je oblast ve které jsou očekávané obrovské přínosy od inteligentních algoritmů. Umělá inteligence už vystrkuje první růžky, a přitom výkon DSP se mnohem více jeví být funkcí přání jejich autorů. V rámci přednášky bychom se prakticky podívali, jestli za DSP stojí spíš robot anebo osel (ten který se otřásá).

15:40 - 16:05

Lesk a bída zahraniční expanze

Filip Černý - Kytary.cz

Marketingový ředitel lovebrandu s hudebními nástroji se s vámi podělí o zkušenosti s průnikem na zahraniční trhy. České značce Kytary.cz pomáhá k úspěchu na 9 evropských trzích a neúnavně učí Evropany vyslovovat slovo „kytary“.

16:10 - 16:20

Jak jsme pro Soliteu ČR vybudovali největší web o EET a pomohli k milionovým prodejům

Martin Brablec - Obsahová agentura

Případovka včetně čísel. Od března 2016 tvoříme pro Soliteu ČR web o EET, který za první rok fungování zaznamenal přes půl milionu návštěv. Ukážu vám cestu od napsání 99 článků přes zodpovězení stovek dotazů po nalezení chyby v metodice Ministerstva financí.