Konference WebTop100 2019

12. listopadu 2019 / 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 **Vztah mezi agenturou a klientem - hledání svatého grálu**

Bohumil Pokštefl - Kontentino

Jaké typy vztahů mezi agenturou a klientem známe? Co jsou jejich výhody a nevýhody? Ale hlavně - jak tyto vztahy vylepšit, aby z toho profitovali všichni?
Všechno si to ukážeme na případovkách z Ameriky, či střední Evropy.

9:35 - 10:00 **Proč jsme přestali testovat na lidech**

Jakub Rafaj - METEOPRESS

Uživatelské testování dnes už asi nikoho nepřekvapí. V oboru předpovědi počasí, který je vyhlášený svou nepřesností a trpící velkou nedůvěrou veřejnosti by kvalitní UX research dával obrovský smysl. Tak proč jsme s výzkumem přestali? A existuje v Česku dobrý web o počasí?

10:00 - 10:25 **Agilita, to není jako práce s buzolou!**

Ondřej Gálik - Carvago

Přednáška je malá sonda do nepochopení agility i když jste už agilní až za ušima, máte trajby, čeptry i skvody, rozdali jste místa lídrů, koučů a ovnrů a tež už čekáte na samá pozitiva a sociální jistoty. Poodhalení, v čem je agilita těch, které kopírujete, tak jiná (spoiler alert: třeba v tom, že o agilitě nemluví).

10:25 - 11:10 **Coffee break**

11:10 - 11:35 **Praktický online marketing pro B2B firmy**

Daniel Musil - AITOM Digital

Máte pocit, že když jste B2B firma, tak online není pro vás? Že neprodáváte tisíce produktů a nemáte k dispozici množství dat, podle kterých činit zásadní rozhodnutí? Společně si ukážeme, jak si v rámci B2B položit ty správné otázky, kde a jak získat data a hlavně, jak je využít pro růst zisku. Těšit se můžete na 3 konkrétní case studies a tipy z praxe, které lze okamžitě aplikovat.

11:35 - 12:00 **Technologie pro e-mailing v ČR - co nás čeká a nemine**

Petr Cikán - Sherpas TECH

V úvodu se podíváme, jak české e-shopy komunikují se svými zákazníky - ukážeme si konkrétní čísla z naší studie. Pokusíme se také zmapovat nejdůležitější trendy, které nás v příštích letech v oblasti e-mailingu čekají. Buďte připraveni na příští rok, inovace jsou již za dveřmi.

12:00 - 12:25 **Jak HUDYsportu vystřelily tržby o 210 % aneb Bez brandu si kampaně neškrtnou**

Marek Klekner - BETTER MARKETING, Radek Kronika - HUDYsport

Výkonnostní kampaně se neobejdou bez strategie, dobrého zacílení a… brandingu. To ukázala i naše práce pro HUDYsport: díky dobře nastaveným výkonnostním kampaním jsme sice dokázali zvednout tržby o 210 %, ale bez dlouhodobého budování brandu by možná všechno dopadlo jinak.

12:25 - 13:40 **Oběd**

13:40 - 14:05 **Gatorade a jeho vstup na český trh**

Petr Václavík - 2FRESH

Zatímco v globálním kontextu je Gatorade vnímán jako lovebrand sportovních fanoušků a sportovců samotných, v kontextu lokálním šlo o značku, o které bylo nutné vybudovat povědomí prakticky na zelené louce. Dozvíte se, jak jsme Gatorade úspěšně uvedli na český a slovenský trh – díky spolupráci se špičkovými sportovci jsme vytvořili kolem značky komunitu lidí, kteří skutečně makaj.

14:05 - 14:30 **TikTok s teniskama na nohou**

Martin Paukrt - Footshop

TikTok. Co může firma dělat na sociální síti, o které si všichni myslí, že je pro děti? Ukážu vám, jak jsme se tomu postavili ve Footshopu.

14:30 - 14:55 **Jaké jsou atributy obsahu, které zvyšují viralitu profilu na Facebooku a Instagramu?**

Vojtěch Lambert - LCG New Media

Podíváme se detailně na vybrané příspěvky, které dosáhly největších čísel a řekneme si důvody, proč tomu tak bylo.

14:55 - 15:30 **Coffee break**

15:30 - 15:55 **Hrozby mezinárodního SEO - Přednáška proběhne v anglickém jazyce bez překladu**

Thea Zinner - evisions

Podnikání na mezinárodní úrovni má mnoho úskalí, která je potřeba dobře zvážit, aby mohla firma úspěšně expandovat. Růst vyžaduje správné plánování. Proto Vás dnes provedu seznamem co dělat a čeho se naopak vyvarovat v SEO pro mezinárodní trhy.
Přednáška proběhne v anglickém jazyce bez překladu.

15:55 - 16:20 **Expanze GLAMI na zahraniční trhy - lessons learned**

Ján Kešelák - GLAMI

Český módní vyhledávač GLAMI po loňské expanzi do dalších třech zemí aktuálně působí na třinácti evropských trzích a plánuje další rozvoj i za hranice Evropy. Představím vám náš pohled na best practices při takto rychlém rozvoji firmy, zároveň upozorním na chyby, ze kterých jsme se poučili a můžou pro vás být zajímavým zdrojem inspirace. Představím vám taky náš in-house výzkumný projekt fashion-research.com.

16:20 - 16:45 **Brašnářství Tlustý míří do zahraničí**

Ivan Petrův - Brašnářství Tlustý

Z Brašnářství Tlustý se za poměrně krátkou dobu stal v domácí kotlině uznávaný love - brand, který si své místo na slunci s výraznou pomocí atraktivní komunikace na sociálních sítích vydupal z nuly. Nyní stojíme před další velkou výzvou a tou je úspěch na zahraničních trzích. Bude na to naše dosavadní social media strategie stačit? Jaké jsou první lessons learned? A proč i v tomto případě trváme na zachování marketingového know how uvnitř firmy? Rád vám na tyto a další otázky odpovím během své přednášky.

16:45 **Předpokládaný závěr akce**

Raisův sál

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Matěj Novák - Cruxo

9:10 - 9:35 **Jak právo omezí používání cookies v budoucnosti?**

Zdeněk Kučera - Dentons Europe CS LLP, organizační složka

Nejen GDPR vymezuje právní rámec užívání cookies. Stanoviska dozorových orgánů, rozhodnutí soudů, nebo připravované nařízení ePrivacy – to vše vytváří džungli, ve které se marketér těžko vyzná. V příspěvku se pokusím poskytnout mapu, která z této džungle ukáže cestu.

9:35 - 10:00 **Influenceři mezi paragrafy**

Jan Eisenreich - Ladislav Drha, advokátní kancelář

Právní úprava influencer marketingu, to zní trendy a cool. Přitom nejde o nic nového – veškeré smluvní typy (o propagaci, o spolupráci atd.), které se s influencery uzavírají, tu byly už dávno před vznikem Instagramu. To samé platí pro zákonnou úpravu – úřady by tedy měly být schopné odhalovat a trestat zakázané typy reklamy i na sociálních sítích. Tedy v teoretické rovině. Mě zajímala praxe a ta dosud chybí. A tak jsem se za 25 dolarů stal influencerem s 11 tisíci followery, kterým jsem začal sázet reklamu za reklamou. Hlavně tedy tu klamavou, neoznačenou a jinak nezákonnou. No a pak jsem se nahlásil na jednotlivých úřadech, abych zjistil, jak budou postupovat. Přijďte si poslechnout moji přednášku. Už jen proto, že to zároveň může být moje rozlučka se svobodou.

10:00 - 10:25 **Kampaně bez rukaviček aneb co si vůči jiným značkám (ne)můžete dovolit**

Andrea Voříšková - eLegal advokátní kancelář

Co je to nekalá soutěž a proč by vás měla zajímat? Kde leží hranice mezi inspirací a vykradením cizí kampaně? Jak moc se můžete navážet do konkurentů a co hrozí, když to přepísknete? To vše prakticky a na příkladech českých i světových kampaní.

10:25 - 11:10 **Coffee break**

11:10 - 11:35 **Z Česka přes Chorvatsko do Zanzibaru**

Blanka Pauerová - Slevomat.cz

V posledních letech ve Slevomatu dochází k rychlému rozvoji nabídky cestovatelských zážitků. Už zdaleka nejde jen o nabídku víkendových pobytů v českém prostředí a příhraničí. Proto bylo nutné zcela změnit naši navigační strukturu. Jak jsme k tomu přistoupili, co jsme se při tom naučili a jaký je finální dopad odkryji ve své přednášce.

11:35 - 12:00 **Jak Krušovice vyhrály mistrovství světa**

Milena Lakomá - Adexpres, Ondřej Vataščin - Isobar

Mistrovství světa v ledním hokeji každý rok do červena rozpálí nejednoho po zbytek roku spícího fanouška. Jak ale v zástupu všemožných značek spojených s hokejem vystoupit z řady a nezapadnout? Tak, že odměníte fanoušky. Stokrát. Pro značku piva Krušovice jsme ve spolupráci se čtyřmi agenturami připravili komunikační koncept „Královské studio“. A znovu si uvědomili, jak je důležité, aby kreativní a mediální agentury seděly u jednoho stolu.

12:00 - 12:25 **Dokonalý web dokonale pod kontrolou**

Jan Bezděk - SiteOne

Co dělá web dokonalým? Obsah, design, konzistence s firemní identitou, responsivita, SEO, rychlost, náklady a čas na vytvoření? My si myslíme, že je to kombinace všeho. Také si myslíme, že by majitel/správce webu měl mít možnost vytvářet nové stránky nebo je upravovat. Jenže jak to udělat jednoduše, když udělat dokonalý web není vůbec jednoduché? Nechte se inspirovat praktickými ukázkami, jak lze v dnešní době řešit správu obsahu korporátního webu.

12:25 - 13:40 **Oběd**

13:40 - 14:05 **Jak CZC.cz vyhlásilo konkurenci vánoční příměří**

Milan Duda - CZC.cz, Roman Zámečník - DigitalBrain Company

„Vánoce. Lavor salátu, pohoda. Nebo ne? My v eshopech vidíme Vánoce jinak. Už od října trneme, jestli konkurence nemá lepší nabídku, nebo jestli se vám líbí naše reklama. A tak jsme se letos rozhodli, že na boj s konkurencí kašlem …“ Takhle loni začínal náš vánoční spot a v podstatě vystihuje myšlenku celé kampaně – rozhodli jsme se nepřetahovat výjimečně s naší hlavní konkurencí, ale naopak jí dát prostor v kampani a nabídnout příměří. V case study se podělíme o to, jak to celé dopadlo.

14:05 - 14:30 **Kouzlo automatizace? Cesta k srdci zákazníka s návratností investice přes 600 %**

Lukáš Balek - VIVmail.cz, Janek Žežula - CityZen

Praktická ukázka z dílny Lékárna.cz, jak lze na základě Big Data vytvořit automatizovanou a zcela personalizovanou e-mailingovou kampaň, která upozorňuje na relevantní slevy. Tato inspirativní případová studie je určena pro majitele e-shopů a marketéry, kteří chtějí růst a uvědomují si rovnici: “e-mailová adresa = lidská bytost.”

14:30 - 14:55 **Jak jsme zvedli návštěvnost blogu MALL.cz z nuly na 57 000 lidí měsíčně**

Martina Krumpholcová - Obsahová agentura

Za dva a čtvrt roku spolupráce s MALL.CZ se zvedla organická návštěvnost blogu o 103 500 %. Napsali jsme asi 400 článků, které 80 % návštěvníků přečte až do konce. V případovce vám ukážu, jak se nám to povedlo, a nechám vás nahlédnout pod pokličku našeho blogování pro MALL.CZ.

14:55 - 15:30 **Coffee break**

15:30 - 15:55 **Kolik mi vydělává můj marketing? Odpověď na jeden klik!**

Giuliano Giannetti - Revolt BI, Jan Kadleček

„Polovinu peněz na marketing utrácím zbytečně, jenže nevím kterou.“ Znáte ten pocit? Ukážeme vám jak snadno zjistit, jestli se váš projekt potácí ve ztrátě nebo vesele prosperuje. Akceschopná data, která vydělávají peníze v podobě stravitelné pro šéfa i specialistu. Nahlédněte pod pokličku jak špičky na trhu přistupují k datové integraci.

15:55 - 16:20 **Personalizace digitálního zážitku pomocí strojového učení a AI**

David Vopelka - DataSentics

Personalizace je už nyní naprostý buzzword v oblasti digitálního marketingu a CX. Má cenu se o ni vůbec snažit? Jak na to, pokud chcete opravdu docílit personalizovaného zážitku s vaším brandem v Digitálu? Jakou roli tam hraje strojové učení a AI? Jestli je pro vás personalizace tématem, o kterém zatím byť jen přemýšlíte, přijďte se inspirovat a podebatovat na tuto přednášku!

16:20 - 16:45 **Personalizovaný marketing pomocí analytiky - Přednáška proběhne v anglickém jazyce bez překladu**

Simon Waller - SAS Institute ČR

Jednou z výzev, se kterou se v digitální době firmy potýkají, je matoucí počet nástrojů a kanálů ke společné interakci se zákazníkem. Ten navíc očekává, že komunikace ze strany firem bude personalizovaná a konzistentní zároveň. Povíme si o tom, jak se firmy mohou s touto výzvou vypořádat díky správnému využití analytik.

16:45 **Předpokládaný závěr akce**