Konference WebTop100 2022

15. listopadu 2022 / 9:00 / Konferenční centrum City Na Strži 1702/65, 140 62 Praha 4

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:05 **Úvodní slovo**

Soňa Porupková

9:05 - 9:25 **Influencer marketing v době nejistoty**

Petr Srna - WOO

Rok 2022 můžeme považovat za turbulentní snad ze všech úhlů pohledu, ten marketingový nevyjímaje. Kam směřoval influencer marketing po krátkém vydechnutí mezi dvěma krizovými obdobími a jaká je predikce pro další rok vám nastíním ve své přednášce.

9:25 - 9:30 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Influencer marketing**

9:30 - 9:50 **Videotrendy 2022**

Andrea Hurychová - WeDigital

S video formáty se potkáte prakticky na všech sociálních sítích a zpravodajských či obsahových webech. Je tedy logické, že síla online videa, jakožto marketingového kanálu měsíc od měsíce roste.
V rámci své přednášky se Andrea zaměří na trendy v oblasti videomarketingu s přesahem do influencingu. Podíváme se také například na to, jak se vyvíjí intenzita spolupráce mezi jednotlivými videoformáty a social platformami.

9:50 - 9:55 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Videoreklama**

9:55 - 10:15 **Affiliate kampaně 4home rostou 20 % ročně již 7 let, jak je to možné?**

Roman Dobiáš - Dognet

Affiliate kampaň bývá popelkou online marketingových mixů e-shopů. Ano, s nadsázkou můžeme affil nazvat „doplňkem stravy pro výkon e-shopu“. Ale pokud se k němu přistupuje správně, férově, a aktivně, pak může přinést nejen dlouhodobě stabilní výkon, ale i neustálý růst bez jakýchkoliv investic do propagace. Navíc s minimálním rizikem a časovými nároky. Jak toho dosáhnout si ukážeme na příkladu affiliate kampaní e-shopu 4home.

10:15 - 10:20 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Brandová kampaň**

10:20 - 10:30 **WebTop100 Case study: Jak si KB a Mastercard získaly srdce českých hráčů League of Legends**

Adam Klavík - Mastercard Europe, Hana Kubešová - Komerční banka

Herní prostředí je pro mnohé zatím stále virtuální španělskou vesnicí. Přitom je to svět, který se příliš neliší od jiných sportovních disciplín. Svět, ve kterém se točí obrovské peníze, kde zákazníci vítají nové značky s otevřenou náručí. Jak si KB a Mastercard získali srdce českých hráčů League of Legends?

10:30 - 10:50 **Coffee break**

10:50 - 11:10 **Udržitelný (digitální) svět?**

Tomáš Jindřišek - DARK SIDE

Každá krize je příležitost a pomalu si zvykáme žít paralelně v několika krizích najednou.
Zároveň si firmy a značky čím dál tím více uvědomují své možnosti, vliv, ale i odpovědnost za tento svět.
Jak technologie pomáhají? Jaké nejlepší transformace zažíváme?
Je udržitelnost v rozporu s podnikáním a tvořením zisku?
Navzdory filozofickým otázkám uvidíte konkrétní informace, inspiraci a případové studie mimo jiné z letošní ročníku WebTop100.

11:10 - 11:15 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Digitální transformace**

11:15 - 11:35 **Soumrak textů aneb Když umím česky, umím i psát, ne?**

Michal Schindler - Creative Dock

Všichni umíme česky, ale většina z nás blbě. Žádný rodilý mluvčí (ani v češtině) není automaticky copywriter. Textař zase nemusí rozumět rozdílu mezi produktovým copy a contentem. No a content writer ještě zdaleka není novinář. Proč má smysl zadávat práci odborníkům, když jsou to všechno jenom písmenka a do klávesnice umíme bušit všichni?

11:35 - 11:40 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Obsahový marketing**

11:40 - 12:00 **Může být i nekomunikace dobrou strategií?**

Irena Zatloukalová - Diversight.ai

Existují typy produktů, služeb a akcí, kterým vyplatí nedělat tradiční marketing. Letošní přednášku uchopím trochu netradičně a posvítíme si v ní právě na situace, ve kterých se vyplatí nedělat kolem značky zbytečně velký humbuk.

12:00 - 12:05 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Firemní komunikace**

12:05 - 12:10 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Retenční marketing**

12:10 - 12:20 **WebTop100 Case study: Aplikace mojeEUC – zdraví na dosah**

Lukáš Dziadek - EUC a.s., Aziz Jahić - EUC a.s.

EUC je největším poskytovatelem ambulantní lékařské péče v ČR. Na našich 25 zdravotnických zařízení poskytneme zdravotní péči 1,3 milionu pacientům. Ze své pozice se společnost EUC před rokem a půl rozhodla započít digitalizaci komunikace mezi pacientem a lékařem. Díky mobilní aplikaci dochází k většímu zapojení pacienta do péče o své zdraví. Pandemie ukázala důležitost dostupnosti zdravotní péče bez nutnosti fyzické návštěvy ordinace.

12:20 - 13:20 **Oběd**

13:20 - 13:40 **Jak je pro e-commerce hráče důležité propojení s fyzickým/kamenným světem?**

Lukáš Havlásek - Notino

Na internetu dnes nakupují téměř všichni a internetových obchodů jsou mraky. Kde se ale často začínají oddělovat prodejci úspěšní od neúspěšných, je kontakt s nakupujícími ve fyzickém světě. Ať už pohledu omnichannel přístupu, kvality last mile nebo v zákaznického zážitku a „hmatatelné“ inspiraci. Právě tyto prvky, které jsou však během na dlouhou trať, pak bývají imperativem retence a vzniku úspěšného brandu.

13:40 - 13:55 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii E-commerce (tři žebříčky)**

13:55 - 14:15 **Konec umělých slev a podivných recenzí na eshopech?**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů, Ondřej Ilinčev - ILINCEV scientific marketing

Blíží se další zajímavá evoluce českého ecommerce prostředí, která bude dirigována úpravou zákona o ochraně spotřebitele. Jednou z klíčových změn, která z této úpravy vychází, je způsob zobrazování informací o slevách, kdy prodávající bude muset vedle informace o slevě udávat například také údaj o nejnižší ceně produktu, za kterou jej prodával v posledních třiceti dnech. Novinek vyplývajících z této novely zákona je každopádně více a u velkého množství prodejců budou vyžadovat komplexní transformaci zažité praxe. V rámci mé přednášky se pozastavíme nad konsekvencemi, které tato změna může vnést do českého ecommerce prostředí.

14:15 - 14:20 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii UX**

14:20 - 14:45 **Marketing v novém AI světě**

Jan Romportl

Kdo je na Twitteru nebo LinkedInu, nemůže si nevšimnout záplavy výtvorů z AI nástrojů typu DALL-E, Midjourney nebo Stable Diffusion. Dostaly se totiž konečně do rukou laické non-AI veřejnosti, jejíž reakce pak většinou byla: „Wow, aha, tak tohle je AI…“ Jenomže tohle je jen malička špička ledovce.
Řekněme si tedy, jak zhruba vypadá ta většinová část ledovce pod hladinou a co nám může přinést v nejbližší i trošku vzdálenější budoucnosti. Je to totiž mnoho dobrého, ale také mnoho špatného a temného. A právě marketing je jedna z oblastí, která má potenciál ovlivnit, jak ty naše budoucí životy s AI budou vypadat.

14:45 - 14:55 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Firemní web (dva žebříčky)**

14:55 - 15:05 **WebTop100 Case study: LOMAX – web s důrazem na brand, použitelnost a zapamatovatelnost**

Roman Kučera - Lesensky.cz, Petr Přichystal - LOMAX & Co

Jak vytvořit uživatelsky přívětivý, přehledný a funkční web? Jak propojit vizuální identitu společnosti a zároveň splnit vysoké technické nároky na rychlost, dohledatelnost a použitelnost stránek. Praktická přednáška představí know-how a zkušenosti agentury Lesensky.cz z příprav webových stránek LOMAX.

15:05 - 15:25 **Coffee break**

15:25 - 15:45 **Obsah + SEO = VSL**

Pavel Ungr - Pavel Ungr

To, že obsah webu má lví podíl na tom, jaké bude mít daný web výsledky ve vyhledávačích, to už samozřejmě víme. V přednášce se zaměřím na to, jak konkrétně byste měli ke tvorbě obsahu přistupovat. Proč už dnes obsah atraktivní pro lidi není zárukou úspěchu ve vyhledávačích?

15:45 - 15:50 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii SEO**

15:50 - 16:10 **Hyperpersonalizace – Front-end analytického CRM**

Luděk Šafář - SAS Institute ČR

Komunikace se zákazníky je dobrodružství samo o sobě. Ještě větší, když ho nemáte celé pod kontrolou. Rádi vás seznámíme s možnosti komponent Delivery CDP platformy SAS Institute. Ta v sobě kombinuje Digital Marketing a Digital Advertising a propojuje tak svět marketérů a poskytovatelů reklamního prostoru. Vyšší efektivita v kampaních, kombinace různých zdrojů dat při automatizovaných real-time rozhodnutích, a tak dále. To vše s plnou škálovatelností, kontrolou nad prioritizací zobrazení a přístupem k low-level raw datům. Let the adventure be your own!

16:10 - 16:15 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Výkonnostní kampaň**

16:15 - 16:35 **Jak mít správně nastavené firemní ego**

Petr Skondrojanis - COCUMA

Potřebujeme firmy posunout z „Já“ do „My“ pak je dokážeme vést mnohem snadněji, protože v nich lidé budou nacházet smysl, příležitosti a prostředí, kam se budou těšit a zvládnete jakoukoliv krizi.

16:35 - 16:40 **Vyhlášení 1., 2. a 3. místa v kategorii Autentická kariérní komunikace**

16:40 - 16:50 **WebTop100 Case study: Svobodná firma - jedno téma, mnoho podob**

Jana Rebicerová - Effectix, Karol Veleba - Effectix

Svobodná firma pro nás není jen prázdný buzzword. Ukážeme, jak jsme v Effectixu aplikovali principy svobodné firmy a proč je propojení s osobní zodpovědností klíčové. Představíme, jak jsme pojali komunikaci této změny a co nám to přineslo. A samozřejmě řekneme, co jsme se díky tomu naučili a co nás čeká dál.

16:50 - 17:05 **Vyhlášení Osobnosti českého digitálu, Projektu roku a Autora roku**

17:05 - 19:30 **Závěr konference a číše vína**