Lead generation

10. září 2012 / 18:00 / Hotel Palace Panská 12, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní blok

18:00 - 18:10 **Zahájení setkání**

Petr Koubský - Deník N

18:10 - 18:30 **Jak moc jsou české společnosti připraveny efektivně využít online Lead Generation? Větší rozhodně nemusí znamenat lepší.**

Arnošt Machytka - Elephant Orchestra

Podíváme se na to, do jaké míry mohou české společnosti okamžitě začít využívat online lead generation. Nebude překvapením, že u větších korporací je v cestě největší množství překážek. Na příkladu Citi Bank si ale ukážeme, že vsechno jde, když se opravdu chce.

18:35 - 18:50 **Usnadněte lidem cestu, jak se stát vašimi zákazníky**

Adam Vrána - Sherpas

Slouží vám firemní web primárně k získávání nových poptávek? A chtěli byste zvednout jeho obchodní výkon? Začněte se na svůj web dívat očima jeho návštěvníků a usnadněte jim cestu, jak se stát vašimi zákazníky. Na případové studii Tepelných čerpadel IVT si ukážeme, jak dosáhnout zvýšení počtů leadů firemního webu a zvýšit tak obrat firmy o desítky procent.

18:55 - 19:10 **Chtějte skutečné zákazníky, ne jenom kliky**

Michal Mládek - Sherpas

Prezentace se zaměřuje na možnosti marketingu založeného na měřitelném obchodním přínosu (value-based marketing) pro segment malých a středních firem. Těžištěm tématu bude především sledování telefonických hovorů z online kampaní, tedy takový typ marketingových projektů, kdy cílová akce (nákup, objednávka apod.) není uskutečněna přímo na webových stránkách jako např. u e-shopu, ale ve skutečném offline světě. Podíváme se na to, jaké možnosti sledování hovorů byly doposud k dispozici, co nabízí našim zákazníkům technologická platforma ReachLocal a jak sledování hovorů dále co nejlíp využít pro své obchodní cíle.

19:15 - 19:30 **Cílená reklama aneb „leady bez leadů“**

Martin PICEK - H1.cz

Jak probíhá nákupní proces uživatele od samého začátku až ke konečné koupi? A jakou roli v něm hraje internetová reklama? V prezentaci se budeme věnovat nejen tomu, ale také možnostem, jak vzbudit povědomí o produktech a službách skrze pokročilé cílení. Podíváme se i na přednosti a pasti behaviorálního cílení pro marketéry.

19:30 - 20:00 **Panelová diskuze**

20:00 - 21:30 **Závěrečný networking**