Marketing v době (korona)krize

16. června 2020 / 10:00 / Akce proběhne online

Program akce

Hlavní blok

10:00 - 10:10 **Zahájení konference**

Radka Myšková

10:10 - 10:40 **Jak (vy)růst v době krize a po ní**

Jaroslav Malina - MCCANN PRAGUE

V krizových dobách je vždy příležitost ke změnám. Možná je teď ten pravý čas začít inovovat, zlepšovat zákaznickou zkušenost, pracovat správně s daty a vůbec se posouvat dál, abychom mohli být po krizi silnější.

10:40 - 11:10 **Jak propsat změny chování lidí a trhu do marketingu a designu uživatelské zkušenosti**

Roman Hřebecký - Pábení

Na světě je nový buzzword – low touch economy. Vede k rozvoji e-commerce. K posunu v oblasti logistiky. Ale taky od základu mění právní služby a psychoterapii. A věděli jste, že lidi teď mnohem víc kupují bidety?
V příspěvku se dozvíte, jak dobře, rychle a efektivně reagovat na měnící se podmínky. Jak a proč je výhodné propojit CX, vývoj služeb a marketingovou komunikaci. A jak snadno, na základě dat a ne domněnek zabíjet nesmyslné projekty.

11:10 - 11:40 **Dopady krize na plánování a nákup médií a mediální rozpočty**

Petr Majerik - JUDr. Petr Majerik

Koronakrize bezesporu ovlivní i oblast plánování a nákupu médií. Mění se způsoby a intenzita konzumace médií, budou se měnit mediální rozpočty, rozložení investic do jednotlivých médií, i strategie a taktika mediální komunikace. To vše budou významně ovlivňovat i makroekonomické faktory, jako je spotřeba a HDP. Petr se ve své prezentaci zamyslí nad tím, jak se na tuto nově nastalou situaci pokud možno dobře připravit.

11:40 - 11:50 **Přestávka**

11:50 - 12:20 **Smíchov drží spolu ve zvláštní době i po ní**

David Šeberle - Pivovary Staropramen

Jak postihla koronavirová krize oblast pivního marketingu? Jak se s nečekanou situací vypořádala česká pivní dvojka Staropramen? A jak to vidí po návratu k normálu? Tyto i další dotazy zodpoví manažer značky Staropramen David Šeberle.

12:20 - 12:50 **Dáme jídlo, dáme to společně, dáme to rychleji!**

Břetislav Stromko - DameJidlo.cz

Břetislav představí, co vše krize přinesla a vzala ve světě rozvozu jídla, jak se s tím firma popasovala, čím si prošla a jak musela rychle reagovat na měnící se situaci. A ukáže, jak se vlastně všechny jeho projekty v jeden moment proťaly a proč je přínosné se profesně věnovat více oblastem.

12:50 - 13:20 **E-commerce v karanténě**

Filip Ekl - Sherpas

V čase karantény jsme se pokusili nahlédnout do mysli zákazníků a najít v nich očekávání, které mohou e-shopy naplnit, a obavy, které je potřeba vyvrátit. Na vzorku 500 demograficky i geograficky různorodých českých zákazníků jsme provedli výzkum, který má za cíl pomoct provozovatelům e-shopů s efektivním řízení v této nesnadné době.
V mé přednášce se budu věnovat výsledkům studie a doporučením pro 5 základních oblastí spojených s nákupním chováním zákazníků českých e-shopů v době karantény.

13:20 **Předpokládaný konec konference**