PR v digitální éře 2015

1. října 2015 / 9:00 / OKsystem Na Pankráci 125, 140 21 Praha 4

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Eliška Vyhnánková

9:10 - 9:40 **Cesta do hlubin novinářovy duše aneb jak získat jejich pozornost**

Jan Záluský - Economia

Telefonické zvaní na tiskové konference, přílišná familiárnost nebo nabízení skvělého příběhu, který ale o tři týdny předtím vyšel u konkurence. To je jen ochutnávka toho, čím píárista zaručeně otráví novináře. Jak ho ale přesvědčit, že stojí za to vám naslouchat? Pojďte si poslechnout příběhy z praxe a tipy, které obměkčí i největší novinářské cyniky.

9:45 - 10:05 **Jak udělat z korporátní mobilní aplikace virální pecku? A jak ji blízko vrcholu udržet?**

Ondřej Šuch - Nadace ČEZ

Apek jsou plné telefony, takže jak proboha přinutit příčetné lidi, aby si stahovali něco korporátního? A jak tomu přizpůsobit vývoj? A kampaň? Jaké jsou slepé uličky, typické průšvihy z neznalosti a kdo hází nejvíc klacků pod nohy? A konečně: co vážně funguje, co je drahé a nefunguje a co je skoro zadarmo a funguje úplně megamegahustě? Nebudeme používat MKT ptydepe a PR obaly – půjdeme po výsledku.

10:10 - 10:30 **Jak a proč jsme si v Annonci uvědomili, že bychom měli dělat PR jinak**

Andrej Slivka - ANNONCE

Annonci lze občas vidět v České televizi či si o ní přečíst v tuzemských denících a na webech. Stačí to ale k tomu, aby o nás měla naše cílová skupina větší ponětí a začala si přes nás podávat více inzerátů? Nejsme si tím tak jisti. Proto jsme se rozhodli přehodnotit naše PR aktivity a přistoupit k nim jinak, hlavně co se přínosu pro značku týče. Teď už nemyslíme jen na exkluzivní výstupy a účasti na veletrzích, ale v první řadě na to, aby bylo PR přirozenou a smysluplnou součástí naší komunikace.

10:35 - 10:55 **Coffee break**

10:55 - 11:15 **Brand advokát: Příběh lásky**

Matěj Michlík - Inspiro Solutions

Práce s brand advokáty není o tabulkách ale o lásce - tu si ale většinou musíte zasloužit. Bloggeři a opinion leadeři můžou váš brand vystřelit do nebes nebo vám taky naplácat na holou. A pokud se pořádně nevěnujete customer care, lijete polovinu svého marketingového rozpočtu do kanálu. Jak to všechno funguje dohromady a jak digitál, social a PR vytvářejí dokonalý mix?

11:20 - 11:40 **Obrana proti trollingu aneb jak nebýt za blbce**

Jaroslav Cerman

Trolling se na českém internetu stal každodenní záležitostí, která jedny baví, druhým způsobuje krvácení mozku, deprese a výbuchy hněvu. Terčem se může stát kdokoli a kdykoli, od jednotlivců po celé firmy nebo značky. Jak se trollingu bránit? Lze proti trollům vůbec vyhrát? Odpověď se zdá jednoduchá a vyloženě se nabízí - ano, stačí nebýt blbec. Jenže tak jednoduché to ale vůbec není.

11:45 - 12:05 **YouTubeři - moderní influenceři**

Eliška Vyhnánková

Čím dál více se projevuje vliv YouTube celebrit nejen na mladou internetovou generaci. Jak tento vztah funguje, jak je hluboký, a jak ho lze využít pro PR?

12:10 - 12:30 **Odvážnému štěstí přeje aneb místo zlatého zrcátka TýTý cena za nejlepší PR projekt**

Irena Zatloukalová - Seznam.cz

Na začátku byla jedna produktově odvážná změna – z kanálu s uživatelskými videy, který byl českou obdobou YouTube, udělat svébytnou televizi s vlastními pořady. Internetovou televizi. Repositioning není lehká disciplína a úspěchy se v ní neslaví přes noc. Obzvlášť, pokud se rozhodnete jít převážně PR cestou. Ale není to nemožné. Po dvou letech snahy a roce intenzivní komunikace se nám povedlo najít způsob, díky kterému už snad celá odborná veřejnost nazývá Stream.cz pravým jménem. Pořadatelé TýTý nápad přihlásit seriál a protagonisty do divácké ankety popularity sice neocenili a z hlasování je vyloučili, čímž ale sami přispěli k definici nového fenoménu, který byl na českém trhu opomíjen - fenoménu internetové televize. Přijďte se inspirovat z příběhu kampaně „Pro jedno TýTý slunce nesvítí“, který získal v letošním ročníku České ceny za PR ocenění pro absolutního vítěze soutěže.

12:35 - 13:35 **Oběd**

13:35 - 13:55 **Social Care 2.015**

Josef Říkovský - Home Credit

Customer care už dávno není jen telefonní ústředna, ale hub, který kombinuje práci krizového manažera, psychoterapeuta a PR specialisty. V ZOOT vznikla tento rok Social Care inspirovaná světovým gigantem KLM. Na Facebooku nebo Twitteru už dávno neodpovidají social media ninjové, ale zkušení operátoři. Telefon už dávno není jediné koomunikační médium se zákazníkem: stylistka poradí přes Skype, nebo můžete reklamaci vyřídit přes WhatsApp.

14:00 - 14:20 **Proč o vás novináři ne a ne napsat aneb Mediální vztahy roku 2015**

Ondřej Kubala - Ewing Public Relations

Jak se mění mediální vztahy poslední doby? Proč je těžší a těžší dostat do médií, co byste potřebovali? Jaké faktory vstupují do hry nově a jakou roli hrají soukromí majitelé českých vydavatelství? Má vůbec ještě smysl tlačit témata přes klasická média? Jak je to s kupováním redakčního prostoru? Co vyhraje v dalších deseti letech u majitelů mediálních domů? Touha ovlivňovat myšlení lidí, peníze nebo normální žurnalistika?

14:25 - 14:45 **Jak se dělá PR klasické hudby?**

Kateřina Motlová - Česká filharmonie

Napadlo vás už někdy, že klasická hudba patří k našim národním podkladům? Že je podkládaná za jedinečný český vývozní artikl? A že ji lze tedy dobře využít i pro byznys a networking obecně? Jaká jsou specifika a trendy propagace umělců klasické hudby a jak zvýšit zároveň i renomé podporovatelů prozradí Kateřina Motlová, PR specialistka v oboru klasické hudby.

14:50 - 15:20 **Coffee break**

15:20 - 15:40 **Jak PR pomáhá SEO a jak SEO pomáhá PR**

Martin Šimko - RobertNemec.com

Moderní SEO se bez PR neobejde. SEO pomáhá PR tak, že zprávy, které se dostávají do médií, objeví nejen stálí čtenáři daného média, ale také návštěvníci z vyhledávačů. O vaší zprávě se tak dozví mnohem více lidí. SEO navíc pomáhá PR nacházet témata, která lidé vyhledávají - což jsou témata, o kterých se vyplatí psát.
PR na druhou stranu pomáhá SEO tak, že ze článku se dají získat vysoce kvalitní odkazy. Navíc každá zmínka o značce v médiích pomáhá webu značky umístit se výše v Googlu.
Na několika případových studích si ukážeme jak psát tiskové zprávy a články pro vyhledávače, jak si udělat malou analýzu klíčových slov, jak monitorovat, z jakých článků byste mohli získat zpětné odkazy, jak komunikovat s novináři, na co si dát pozor při zmiňování značky, jak vytvářet zpětné odkazy z článků a jak si s klientem domluvit proces kombinace SEO a PR.

15:45 - 16:05 **Krize, které začínají v digitálu**

Marek Nepožitek - Nestlé Česko

Na Mimibazaru se objevil příspěvek o testování na zvířatech ve spojení s Vaší značkou! Co s tím budete dělat? Nejspíše nic, protože o tom ani nevíte.

16:10 - 16:30 **Milka Valentýnská PR kampaň**

Markéta Kristlová - Mondelez Czech Republic

Čím se nám podařilo zaujmout mladou cílovou skupinu? Jak jsme využili stávající trendy v komunikaci pro maximalizaci efektu celé kampaně? Proč se nám vyplatila spolupráce s Youtubery?

16:35 **Předpokládaný konec**