PR v digitální éře 2016

14. září 2016 / 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 **Proč obsahový marketing (ne)selhává**

Petr Michl - Marketing Journal

Že je obsah král, jste už slyšeli. O to zvláštnější však je, že často skončí jako ustrašený králíček, kterého klient po pár měsících bez milosti zařízne. Petr vám v prezentaci „Proč obsahový marketing (ne)selhává“ představí nejčastější důvody neúspěchu, ale zároveň také cesty, jak se mu vyhnout. Můžete se těšit na příklady projektů, které uspěly, ale i na ty, kterým to nevyšlo, a důvody, proč se tak stalo.

9:45 - 10:05 **Jak vznikají kampaně v agentuře bez kreativního oddělení**

Martin Ježek - Inspiro Solutions

Myšlení a procesy Inspira se opírají o 3 hlavní expertízy: Social Media, PR a Digital. Strukturu agentury jsme postavili tak, abychom nepotřebovali kreativní oddělení. Někdy to hrozně bolí, dává to ale zároveň velkou výhodu. Kreativa a strategické koncepty vznikají tam, kde ve většině agentur dávají juniory bez zkušeností - u Social Media Managerů. Jejich role vyžaduje extrémní přehled a v našem případě je toto oddělení srdcem celé agentury. Jak to funguje, kdy to naopak trochu drhne a jak v téhle atmosféře vytváříme mezinárodní kampaně, které kombinují Social, PR a digitální vidění věcí?

10:10 - 10:30 **Neřešte média, ale obsah**

Martin Frýdl - AC&C Public Relations, Jitka Pajurková - AC&C Public Relations

Digitál, papír, klínové písmo nebo kouřové signály, to je úplně fuk. Jsou to jenom prostředky komunikace. Hlavní je příběh, který zaujme. Ten často aby špendlíčkem pohledal, a někdy si ho prostě musíte vytvořit. Jako v projektu ke dvaceti letům T-Mobile v ČR. No a jindy se to zase úplně samo rozjede tak, že se naopak těšíte, až se váš příběh mediálně vyčerpá. Třeba když do ČR vezete křesťanské uprchlíky z Iráku.

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

10:55 - 11:15 **Video updates: Content marketing mapující vývoj hry Kingdom Come: Deliverance**

Jiří Rýdl - Warhorse Studios

Vývoj počítačových her je komplexní proces, na kterém spolupracují nezřídka stovky lidí, od progamátorů, přes designéry, grafiky, scénáristy až po herce. Projekty s rozpočty ve stovkách milionů dolarů přitahují pozornost médií i fanoušků od prvního odhalení námětu, kulminují v době vydání a pokračují s vývojem herních přídavků a pokračování. Oblíbeným formátem je tak vývojářský deníček (často i v češtině nazvaný developers diary), který představí vizi vývojáře, provede fanoušky zákulisím studia a odhalí tajemství, která při zběžném pohledu na Steam zůstanou skryta. Pojďme se podívat na to, jak přilákat pozornost hráčů pomocí deníčků z vývoje Kingdom Come: Deliverance.

11:20 - 11:40 **Z korporace na vlastní nohy**

Miroslav Čepický - I am PR

Na první pohled se může zdát, že ředitelská židle a šestimístný měsíční plat je to nejlepší, co vás v kariéře může potkat a že by se toho měl člověk držet za každou cenu. Já se pustil a za první rok mám několik poznatků: 1) podobná změna se dá zvládnout i s hypotékou a dětmi, 2) učím se mnohem rychleji, než jsem se učil v zaměstnání a 3) potkávám pestřejší paletu lidí a 4) mám pocit, že jsem o hodně blíž realitě než dřív a 5) není to jen procházka růžovou zahradou.

11:45 - 12:05 **5 mýtů, které pohřbívají PR v digitální éře**

Adam Ondráček - Adam Ondráček

Frusack je kompostovatelná alternativa k mikroténovým pytlíkům, kterou předvedly veřejnosti v dubnu 2015 dvě české studentky medicíny a v létě 2016 přišel jako produkt na trh. Proč má smysl investovat do PR právě u začínajících start-upů nebo produktů? To vám vysvětlí Adam Ondráček na case-study kampaně pro Frusack a vyvrátí pět mýtů, které pohřbívají PR v digitální éře.

12:10 - 13:10 **Oběd**

13:10 - 13:30 **Atraktivní profil státní instituce na sociální síti Twitter**

Petr Kukal

Ve své prezentaci vám představím twitterový účet Ministerstva kultury, jeho specifika a kreativní přístup k tvorbě obsahu. Popíšu vám, jak se účet vyvíjel, a proč je nyní tak oblíbený. Jak na náš twitter reagovala veřejnost, jak ho přijali a komu se to naopak nelíbilo? Twitterový účet veřejné instituce je prostě jako chůze po hraně, jak tedy nepřepadnout?

13:35 - 13:55 **Influencer marketing v praxi**

Jan Huk - AMC Networks International Central Europe, Rostislav Starý - Konektor PR s.r.o.

Co může značce přinést spolupráce s influencery? Ukázka aktuální kampaně, ve které se podařilo integrovat influencer marketing s PR a obsahovým marketingem.

14:00 - 14:20 **Work hard. Have fun. Make history.**

Karel Taschner - Amazon.com, Inc.

Gafa – to je souhrnný název pro firmy (Google-Apple-Facebook-Amazon), které se vymykají všem standardům a zažitým praktikám v celé řadě oblastí. Amazon je firma, která si zakládá na tom, že je jiná. Týká se to samozřejmě i oblasti PR.

14:25 - 14:55 **Coffee break**

14:55 - 15:15 **Když zapomenete, že online není offline**

Petr Langer - PR Klub

Mít dobrý obsah je dnes základ, ale neznamená to, že máte vyhráno. Co se stane, když s dobrým obsahem špatně zvolíte formát nebo nevhodně kopírujete? Když zapomenete na zákonitosti online světa a časopis v elektronické verzi nazvete newsletterem? Postřehy z několika posledních ročníků soutěže firemních médií Zlatý středník přijde představit Petr Langer, předseda PR Klubu, který již po patnácté vyhlašuje klání o nejlepší firemní titul v online i offline podobě.

15:20 - 15:40 **Jak udělat z auditora hipstra. Velká marketingová změna ve velké čtyřce**

Štěpán Kačena - KPMG Česká republika, Ivo Půr - KPMG Česká republika

Podělíme se o zkušenosti s proměnou marketingové komunikace KPMG v České republice. Za poslední dva roky se výrazně posunula směrem k obsahovému marketingu s využitím vlastněných komunikačních platforem, jako je časopis, sociální sítě, ale i produkce oborových akcí. Úspěšný přerod potvrzuje řada ocenění, mimo jiné první místo v České ceně za PR v kategorii B2B pro projekt Češi 1990–2015, který prezentace také přiblíží.

15:45 **Předpokládaný konec**