Sociální sítě a influencer marketing

10. června 2025 / 10:00 / Akce proběhne online

Program akce

Hlavní blok

10:00 - 10:05 **Zahájení akce**

Vladimír Rejlek

10:05 - 10:45 **Influenceři v online kampaních, aneb jak to (ne)dělat správně**

David Kotrč - VISIBILITY

David si pro nás připravil praktické příklady a case study, které ukazují úskalí a příležitosti spolupráce s influencery. Probereme, jaké chyby mohou značky udělat a jak se jim vyhnout. Budeme se věnovat i důležitosti správné kreativity a plánování – jak poznat, kdy je obsah relevantní a kdy se trendy přesouvají jinam. Přiblížíme vám, jak by měl vypadat obsah, který drží krok s trendy, a nahlédneme do nástrojů, jako je ADS Library, abychom pochopili, jak kampaně skutečně fungují. Dozvíte se, jak v online kampaních kombinovat kreativitu a spolupráci s influencery způsobem, který přináší výsledky, a ne problémy.

10:45 - 11:25 **Budování komunity a spolupráce s influencery - case study Luxoru**

Klára Unzeitigová - EUROMEDIA GROUP

Klára nás na příkladu sítě knihkupectví Luxor provede tím, jak v Luxoru budují komunitu knihomolů a pracují s influencery. Rozebereme si jednotlivé úrovně spoluprací. Zaměříme se nejen na posilování knihomolské komunity a spolupráce s bookstagramery, ale také na to, jak Luxor komunikuje směrem k nečtenářům. Ukážeme si, na jakých úrovních dává smysl spolupracovat s menšími influencery a kdy naopak je třeba využít síly mega a macro influencerů. Kromě influencerů se zaměříme i na posilování komunity přes zaměstnance.

11:25 - 12:05 **Dá se uvěřitelnost změřit? Aneb jak vybíráme influencery pro velké (love)brandy**

Karolína Točíková - WPP Media

Při výběru influencerů se často předpokládá, že čím větší dosah a lepší produkce, tím lepší výsledek. Ale co když právě opravdovost a lehká nedokonalost fungují lépe? Karolína ve své přednášce ukáže, jak přistupuje k výběru influencerů a jaké nástroje jí v tom pomáhají. Bude mluvit o tom, proč je někdy potřeba klientům připomenout, že influenceři nejsou chodící reklamní bannery. Chybět nebudou ani konkrétní ukázky z praxe, včetně toho, podle čeho vyhodnocujeme úspěšnost spolupráce s influencery a jaké faktory rozhodují o tom, jestli ve spolupráci pokračovat.

12:05 - 12:35 **Přestávka**

12:35 - 13:15 **Právo a influencer marketing – kam kráčíme?**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Co dnes na účtech influencerů je a co není reklama? Kdo to ten influencer vlastně je? Je označení #barter dostatečné? Kdo nese odpovědnost za neoznačenou reklamu? Kdy je zapojení influencerů do hry zakázané? Budou mít AI influenceři právní specifika? Kdo na to všechno dohlíží? A jakou roli sehraje RRTV? Mrkneme s nadhledem, bez skrupulí a #bezparagrafu.

13:15 - 13:55 **Není zásah jako zásah. Ano, mluvíme o vašich zákaznících**

Adéla Vašíčková - Publicis Groupe

Adéla se zaměří na rozdíl mezi masovým zásahem a zásahem v rámci komunit na sociálních sítích. Ukážeme si, proč je často efektivnější sáhnout po mikroinfluencerech s menší, ale velmi angažovanou a loajální komunitou. A kdo je vlastně mikroinfluencer. Podíváme se na praktiky mixu influencerů do kampaně, aby to dávalo smysl a zároveň jsme mluvili k vašim zákazníkům.

13:55 - 14:30 **Autentický obsah versus síla osobnosti**

Veronika Procházková - CZECH PROMOTION

Veronika představí praktický pohled na user-generated content (UGC) a jeho zapojení do marketingové strategie. Zároveň vysvětlí rozdíly mezi UGC a influencer marketingem, včetně výhod a nevýhod obou přístupů. Účastníci získají doporučení, jak si správně vybrat mezi UGC a influencery na základě konkrétních cílů, rozpočtu a cílové skupiny. Prezentace bude doplněna příklady z praxe a tipy na spolupráci s tvůrci obsahu, ať už UGC nebo influencery.