Videoreklama: Pohyblivé obrázky, které prodávají

20. dubna 2015 / 18:00 / ČSOB Inspirace Jungmannovo náměstí 767/6, 110 00 Praha 1

Program akce

Hlavní blok

18:00 - 18:10 **Úvodní slovo**

Petr Koubský - Deník N

18:10 - 18:30 **Jak na efektivní videokampaně?**

Olga Hrubá - 2FRESH, Zlatko Teskeredžič - MMS Communication Czech Republic

Inzerenti chtějí, aby jejich videoreklamy zhlédlo co nejvíce lidí z cílové skupiny, a chtějí platit pouze za uživatele, kteří jejich video zhlédnou do konce. Facebook dokáže efektivně zajistit první požadavek, zatímco ten druhý je doménou True View reklam na YouTube. Ohrozí Facebook postavení YouTube v oblasti videoreklamy? Proč bychom měli používat i další videoplatformy a jak si má inzerent vybrat?

18:30 - 18:50 **Obsah a digitál. Očekávání vs. realita**

Rudolf Rokoš - Spoko

Stream.cz vysílá vlastní pořady. Jak pracujeme s klienty a obsahem? Je tam možné propojení nebo je tato disciplína pro digitální trh příliš mladá? Co od toho očekávají klienti a jaké jsou naše zkušenosti? Na to vše odpoví Ruda Rokoš, key account manager Seznam.cz, specialista na obsahovou spolupráci Stream.cz, který přinese historky z natáčení a zapojí publikum do interaktivní diskuze.

18:50 - 19:10 **Proč NEtočit virál**

Roman Smělý - Brave Media Mind s.r.o.

Virální videa jsou hitem už několik let a chce je skoro každý. Vždyť je přece skvělé mít reklamu "zadarmo". Anebo je v tom nějaký háček? Je to skoro zadarmo? Opravdu nestačí vzít jenom mobil a natočit něco vtipného? Během přednášky bohužel asi přijdete o svoje virální iluze. A to je dobře. Budete stát nohama na zemi a přemýšlet o tom, jak pomocí audiovizuálních prostředků dělat lépe marketing a prodej.

19:10 - 19:30 **Jak funguje videoreklama v praxi**

Petr Houzar - Mattoni 1873 a.s., Lukáš Kružberský - Red Media

Ve společné prezentaci zadavatele a jeho mediální agentury ukážeme, jak konkrétní videoreklamy v praxi fungují. Srovnáme různé videoportály a poradíme, jak videoreklamu optimalizovat tak, aby jí až do konce zhlédlo co nejvyšší procento uživatelů při nižší ceně za zhlédnutí. Na příkladu realizovaných kampaní také ukážeme, jak videoreklama funguje v porovnání s TV reklamou.