WebTop100 2024

14. listopadu 2024 / 9:00 / Comfort Hotel Prague City East Bečvářova 2081/14, 100 00 Praha

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 **Zahájení akce**

Vladimír Rejlek

9:10 - 9:30 **Umře SEO kvůli generativní AI?**

Pavel Ungr - Pavel Ungr

S rychlým rozvojem generativní AI, jako jsou pokročilé jazykové modely a AI nástroje pro obsahovou tvorbu, se SEO dostává do nové éry. Tato přednáška zkoumá, jak AI mění vyhledávací algoritmy a zda mohou technologie, které generují obsah automaticky, nahradit tradiční SEO strategie. Diskutujeme, zda SEO, jak ho známe, přežije, nebo jestli ho generativní AI posune směrem k novým metodám optimalizace.

9:30 - 9:40 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii SEO**

9:40 - 10:00 **Jak správně navrhnout zapojení AI do digitálního produktu z pohledu uživatele**

Jakub Karlec - 2FRESH

Zaměříme se na to, jaké postupy volit při integraci AI do designu digitálních produktů z pohledu uživatelského zážitku. Probereme, jak zajistit, aby AI funkce byly intuitivní, přístupné a skutečně řešily potřeby uživatelů, aniž by působily rušivě nebo komplikovaně. Probereme také, jak řešit AI-driven interakce, které přináší hodnotu a zároveň udržují důvěru uživatelů daných produktů.

10:00 - 10:10 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Produktový design**

10:10 - 10:30 **Sonda do influencerského trhu**

Petr Srna - WOO

Jak zasáhla umělá inteligence do exekuce influencerských kampaní a co s influencerským trhem dělají velké značky jako Trendyol nebo TEMU?

10:30 - 10:40 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Influencer marketing**

10:40 - 11:00 **Coffee break**

11:00 - 11:20 **Jak upoutat pozornost CEO v době nesoustředěnosti?**

Tomáš Jindřišek - Digital First Marketing Group

Měli jsme tu dobu webu 2.0, dobu digitální, dobu post-digitální a nyní je doba nesoustředěnosti. Dočíst mail nebo WhatsApp zprávu, natož na ně odpovědět, to je čím dále tím nereálnější. Známe to všichni. Focus všech zúčastněných klesá.
Časy, kdy největším problémem bylo naučit se delegovat, jsou nenávratně pryč. Dnes se snaží kdokoliv odelegovat cokoliv, případně problémy takzvaně vyghostovat. Tvářit se, že neexistuje a ony zmizí.
A do toho se snažíte prodat nebo prosadit svůj projekt. Často končí u korporátního čaroděje třetí kategorie, u kterého také umřou.
Jaké kanály stále fungují, je třeba plošný nebo individuální nálet? Jak prosadit svůj projekt u CEO?
Konkrétní tipy, návody a metody „šustění“ nebo „narušení fenoménem“.
Přednášející v rámci svého působení v agentuře DFMG vytváří inovativní projekty pro leadery a zároveň působí jako tajemník projektu 2. ekonomická transformace, kde spolupracuje s předními podnikateli a podnikatelkami a CEO. Zároveň je koproducentem filmu Zápisník alkoholičky, který i díky použití těchto principů, se stal v kině nejnavštěvovanějším českým filmem posledních let.

11:20 - 11:30 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místo v kategorii Digitální transformace**

11:30 - 11:50 **Jak maximálně zefektivňovat retenční mechanismy napříč Evropou?**

Lukáš Havlásek - Notino

Efektivní zákaznická retence je klíčovým faktorem růstu v konkurenčním prostředí e-commerce, a Notino, jeden z předních evropských e-shopů v oblasti kosmetiky, má bohaté zkušenosti s udržováním a rozšiřováním své zákaznické báze na různorodých evropských trzích. V rámci přednášky se zaměříme na tipy a strategie, jak vytěžovat zákaznickou bázi s ohledem na specifika jednotlivých trhů, kulturní rozdíly a lokální chování spotřebitelů. Zjistíte, jak Notino používá data-driven přístup k retenci, jak personalizuje komunikaci a jak využívá moderní nástroje k udržení loajality zákazníků v dynamickém evropském prostředí.

11:50 - 12:00 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místo v kategorii eCommerce**

12:00 - 12:20 **Interní komunikace ve složitých dobách**

Irena Zatloukalová - Diversight.ai

Co se vám vybaví, když se řekne interní komunikace? Společné firemní snídaně? Tipy na to, jak zvládat nucený home-office v době covidu? Někoho, kdo do firmy posílá maily s tím, kde si vyzvednout stravenky a jak pracovat s novým interním systémem? Nebo máte v interní komunikaci parťáka, který vám v těžkých business dobách pomůže nešlápnout vedle? Pokud nemáte vedle sebe spolehlivého člověka na interní komunikaci, nabídnu vám inspiraci, jak se (ne)zachovat v těžkých časech. Ukážeme si ji na třech příkladech. Hromadné propouštění. Výběr dobrovolného členského příspěvku na činnost komunity / neziskovky. A co s eventem, který musíte zrušit. Podobné situace vás po tomhle talku už nezastihnou nepřipravené.

12:20 - 12:30 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Firemní komunikace**

12:30 - 13:20 **Oběd**

13:20 - 13:40 **Objevte marketing mix modeling**

Jan Tichý - Taste

Přínosnost reklamních kampaní se v online prostředí tradičně vyhodnocuje s pomocí atribučního modelování. To ale naráží na celou řadu omezení, které neumí překonat už z principu. Anonymní uživatelé chodí náhodně z různých zařízení, polovinu kanálů neumíme vůbec měřit – a pokud ano, tak se stejně většina cookies a jiných dat ztratí nebo zablokuje. Marketing Mix Modeling k tomu přistupuje z úplně jiné strany a s podobnými problémy se umí dobře popasovat. Co je to, jak to funguje, pro koho je to vhodné a kdy se to naopak vůbec nehodí?

13:40 - 13:50 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Retenční marketing**

13:50 - 14:00 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místo v kategorii Firemní web**

14:00 - 14:20 **Vyhodnocování reklamních kampaní v roce 2024 a dál**

Petr Bureš - uLab, Markéta Kabátová - uLab

Tento rok přinesl pro jednotlivé disciplíny online reklamy mnoho výzev zejména v oblasti sběru dat a vyhodnocování kampaní. V naší přednášce se zaměříme na to, jak co nejefektivění číst data, které máme momentálně k dispozici a neochuzovat se zbytečně o možnosti optimalizace našich kampaní.

14:20 - 14:30 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Výkonnostní marketing**

14:30 - 14:40 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Autentická kariérní komunikace**

15:00 - 15:20 **Píše AI česky líp než průměrný Čech?**

Michal Schindler - Creative Dock

Před rokem jsme se schopnostem AI v češtině mohli zasmát, letos už je v několika krocích schopná připravit článek k téměř finální editaci. Jak si vytvořit vlastního AI textaře na základě ChatGPT-4o, co od něj čekat a na co naopak nespoléhat. Pořád platí, že dobrého copywritera AI nenahradí. Ale už mu dokáže hodně pomáhat.

15:20 - 15:30 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Obsahový marketing**

15:30 - 15:50 **Síla krátkých formátů v marketingovém mixu**

Vít Janda - ShortPRO

V digitálním marketingu, kde se pozornost publika měří v sekundách, se krátké formáty staly nezbytnou součástí marketingového mixu. Jak se trendy vyvíjely, kam směřujeme a jak je možné efektivně použít tento typ obsahu k oslovení zákazníků? Dozvíte se, proč jsou krátké formáty ideální pro dnešní přehlcené publikum a jak mění způsoby interakce se zákazníky. Získáte konkrétní tipy, jak tento formát začlenit do své strategie a zvýšit tak nejen povědomí o vaší značce, ale také loajalitu zákazníků a konverze.

15:50 - 16:00 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Brandová kampaň**

16:00 - 16:20 **Meta specialista v roce 2025 musí být...**

Honza Bartoš - honzabartos.cz

Dnes nastaví kampaně na Meta skoro každý, a díky automatizaci a AI budou klikači jen nákladem. Budoucnost je v širším pohledu: přesahy do UX, pochopení strategií, důležitosti retence a testování. Meta specialista by měl umět zapojit reklamy do byznysové strategie. Představím tři klíčové pilíře, podložené reálnými daty a případovými studiemi, které by měl zvládat, aby v roce 2025 přinášel hodnotu.

16:20 - 16:30 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Videoreklama**

16:30 - 16:40 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Autor roku, projekt roku**

16:40 - 16:50 **Vyhlášení 3., 2. a 1. místa v kategorii Osobnost roku**

16:50 - 16:50 **Závěr konference a číše vína**

Malý sál

9:35 - 9:40 **Zahájení akce**

Petr Kleiner

9:40 - 10:00 **Panelová diskuse: Velké zahraniční marketplaces a jejich vliv na český trh**

Lukáš Havlásek - Notino, Ruslan Skopal - Trenýrkárna.cz, Pavel Ungr - Pavel Ungr, Štěpánka Vílová - Factcool

10:10 - 10:30 **Implementace RevOps v 3DF Fitness: Zlepšení výkonnosti a růst na trhu fitness center**

Miroslav Jirčík - 3D Fitness, Daniel Musil - AITOM Digital

Společnost 3DF Fitness, přední hráč na trhu v oblasti výstavby fitness center a distributor prémiových fitness strojů, čelila výzvě, jak efektivně sjednotit a optimalizovat své obchodní, marketingové a provozní procesy. Řešením byla implementace metodiky RevOps (Revenue Operations), která pomohla vytvořit harmonii mezi týmy, zlepšit tok dat a zvýšit efektivitu zákaznické cesty. Přednáška se zaměří na klíčové kroky implementace RevOps v 3DF Fitness, jaké technologie a postupy byly použity, a konkrétní výsledky, které vedly k růstu tržeb a zlepšení spokojenosti zákazníků. Přijďte se inspirovat, jak metodika RevOps může přinést výhody i vaší firmě.

11:00 - 11:20 **Jak se digitalizuje tradice: komorní Divadlo Ungelt**

Veronika Chvojková - Konektime.com s.r.o.

Na začátku bylo divadlo se špičkovými českými herci a na konci je divadlo se špičkovými českými herci. Za 2 roky jsme ale prošli radikální digitální evolucí, máme nový kabát a daří se nám lákat mladší diváky. Vyslyšte příběh o tom, jak neztratit étos, ale přitom změnit úplně všechno!

12:00 - 12:20 **Ježíškova poradna - Vánoční kampaně Kytary.cz**

Jan Krčmář - Data Club, Denisa Vávrová - SmartEmailing

Přijďte si poslechnout, jak Kytary.cz pracovaly s newsletterovým miniseriálem a shopping intention kampaní před loňskými Vánocemi. Ježíškova poradna vygenerovala 25 % z prosincových e-mailingových tržeb a přinesla o 175 % více objednávek, než třeba oblíbená doprava zdarma. Jak může dobře nastavený e-mailing přinést vánoční zázraky? Přijďte si pro inspiraci a know-how z této kampaně.

13:20 - 13:40 **Omladili jsme online komunikaci Generali České pojišťovny**

Aneta Benešová - Generali Česká pojišťovna, Jan Řebíček - Digital First Marketing Group

Může být pojišťovna relevantní a zajímavá pro mladé? Jak se stát první volbou, když se rozhodnou poprvé sjednat pojištění? Generali Česká pojišťovna tvoří obsah, který baví i edukuje. Ukážeme, jak jsme díky správnému zacílení a datům oslovili nové publikum s lifestylovým obsahem, navýšili engagement o 300 % a snížili CPM o polovinu.

14:00 - 14:20 **Redesign webu Projektu Šance**

Jan Vágenknecht - Digital Deers, Helena Zázvorková

Co obnáší tvorba webové prezentace pro neziskovou organizaci, která pomáhá lidem ze znevýhodněných sociálních podmínek? A jak může vypadat moderní, ale přesto autentický design?

14:40 - 15:00 **Coffee break**

15:30 - 15:50 **Panelová diskuse: Měření kampaní v roce 2025**

Daniel Kafka - Fragile media, Ondřej Sláma - Ondřej Sláma, Jan Tichý - Taste