

WebTop100 2026

12. listopadu 2026 / 9:00 / Hotel Duo Teplická 492, 190 00 Praha 9

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10

Zahájení akce

Vladimír Rejlek

9:10 - 9:40

Koupili jste si GEO? Podvedli vás, dostanete SEO

Pavel Ungr - Pavel Ungr

Přijďte se podívat pod pokličku nejnovějšího hypu. Ukážeme si, kde končí skutečná optimalizace pro umělou inteligenci a kde začíná efektivní práce s novými buzzwordy s cílem budování nových revenue streamů.

9:40 - 10:10

Naše vlastní transformace

Jan Bezděk - SiteOne, Josef Horký - SiteOne

AI rozvlnilo vody na všech frontách – v marketingu, vývoji i v každodenním životě agentury. Místo teoretizování ukážeme, jak jsme proměnili SiteOne zevnitř: co jsme přestali dělat a co jsme naopak posílili a co nás to naučilo. Hlavní zjištění? Mnohem důležitější je „CO“ než „JAK“.

10:10 - 10:40

Kognitivní přetížení v době AI

Aneta Martinek - #HolkyzMarketingu

Máte pocit, že díky AI zvládnete více práce za méně času a potenciál toho, co dokážete, je nekonečný? I tak ale nenastává ten pocit úlevy a čisté hlavy a místo toho zažíváte tzv. brain fry. AI mění pracovní workflow a my tomu musíme jít naproti. A právě na to se podíváme v této přednášce.

10:40 - 10:50

AI ovlivňuje nákup dřív, než zákazník přijde na e-shop. Co ukazují data?

Pavel Cvetler - Shoptet

Třetina online nakupujících už při hledání informací používá AI, přesto z ní zatím přichází jen 0,3 % návštěv e-shopů. Kde se tedy zákazník rozhoduje o nákupu a co ovlivňuje, které obchody mu AI doporučí? Pavel Cvetler představí výsledky unikátního výzkumu nákupního chování i vývoje AI návštěvnosti a ukáže, jak mohou e-shopy zvýšit svou šanci dostat se do doporučení AI.

10:50 - 11:30

Vyhlášení 1., 2., 3. místa v kategoriích:

Brandová kampaň

Výkonnostní kampaň

Retenční marketing

Videoreklama

SEO

11:30 - 12:40

Oběd

12:40 - 13:00

Výsledky testování vítězných brandových kampaní z letošního ročníku

Vojtěch Prokeš - Behavior Labs

Vítězové pod lupou

Karty letošních vítězů brandové kategorie jsou téměř rozdané. Jak ale kampaně obstojí v testu Behaviora?

□ Shodne se porota se širokou veřejností?

□ Čím se inspirovat do vlastní kampaně?

□ Kde vítězové mohli přidat na efektivitě?

Výsledky představí přímo na vyhlášení soutěže Vojta Prokeš, šéf výzkumu v Behavioru.

13:00 - 13:30

Brand na hraně průměrnosti: kdy v kreativě (ne)funguje AI

Daniel Bohuslav - Sherpas

AI je skvělý pomocník, ale mizerný stratég, kreativec a nespolehlivý manažer s nulovou odpovědností. V době, kdy se všichni slepě předhánějí v adopci umělé inteligence, roste hodnota lidského úsudku, kontextu a zkušeností. Používejte AI jen tam, kde dává smysl.

13:30 - 14:00 Půl cesty za sebou: česká e-commerce v datech a kontextu

Matěj Kapošváry - Notino

Česká e-commerce má za sebou dvacet let růstu: vysokou penetraci, silné lokální hráče a zákazníky, pro které je nákup online samozřejmost. Jsme někde půl cesty. Možná teprve, možná už. Snadný růst ale skončil. Nové zákazníky už skoro není kde brát a další koruny se budou generovat jinde, než jsme zvyklí. Podíváme se, kde přesně ten zbytek růstu leží: v kategoriích, které online teprve přicházejí, ve frekvenci a věrnosti stávajících zákazníků a v přeshraničním prodeji. Kdo má šanci v tom vyrůst a kdo naopak ne?

14:00 - 14:30 Recept na efektivní investice

Robert Čížek - Taste

Skoro každá firma dnes investuje do kanálů, které nemusí přinášet hodnotu – jen to v reportech není vidět. Na datech reálného klienta ukážeme, jak spočítat, kdy jsou investice skutečně efektivní a kdy tak jen v přehledech vypadají.

14:30 - 15:10 Vyhlášení 1., 2., 3. místa v kategoriích:

Firemní web – malé a střední podniky

Firemní web – velké podniky

Ecommerce – Malý B2C projekt

Ecommerce – Velký B2C projekt

Ecommerce – B2B portál

Produktový design

Digitální transformace

15:10 - 15:30 Coffee break

15:30 - 16:00 Budte rozpoznatelní i poslepu díky sonic branding

Barbora Truksová - Trebledu

Zvuk jako strategický nástroj, který v dnešním přehlceném světě zásadně ovlivňuje, jak lidé značku vnímají a jak si ji pamatují.

16:00 - 16:30 YouTube místo TV reklamy? Praktická zkušenost

Ondřej Sláma - Ondřej Sláma

Dává smysl udělat kompletní přechod z TV reklamy do YouTube? Jak na to? Co nás překvapilo příjemně a co naopak nepříjemně? Head of Digital Commerce Stada Kateřina Janoušková a marketingový konzultant Ondřej Sláma vás nechají nahlédnout do nitra ambiciózního projektu.

16:30 - 17:00 Zpráva o stavu influencer marketingu za rok 2026

Petr Srna - WOO

17:00 - 17:40 Vyhlášení 1., 2., 3. místa v kategoriích:

Obsahový marketing

Influencer marketing

Firemní komunikace

Autentická kariéerní komunikace

17:40 - 18:00 Celkoví vítězové v kategoriích:

Projekt roku

Autor roku

Osobnost českého digitálu 2026

18:00 Číše vína a networking