

Konference WebTop100 2012

25. října 2012 / 9:00 / Multikino Cinestar – Anděl ul. Radlická 3179/1E, 150 00 Praha 5 – Smíchov

Program akce

8:30 - 9:00 registrace účastníků

9:00 - 9:10 úvodní slovo

Petr Koubský - N media a.s

9:10 - 9:35 Korporátní web, jako generátor kvalitních leadů

Petr Kleiner - ČSOB Pojišťovna

Jak změnit běžný korporátní web na výkonný nástroj pro generování leadů představí jeden z vítězů WebTop100 v roce 2011.

[Malá ochutnávka prezentace](#)

9:35 - 10:00 Jak prodávat kvalitu online

Radim Řezáč - Abeceda Zdraví

Na příkladu webu abcDieta.cz představí majitel firmy ABC dieta společně s [Adamem Vránou](#) z Dobrého webu nástroje a možnosti, jakým způsobem prodávat kvalitní a dražší produkty online.

10:00 - 10:25 Jak pomocí videa získat nové klienty

Rudolf Rokoš - Spoko

Videoreklama nemusí být jediným nástrojem, jak rychle a efektivně oslovit uživatele. Stream.cz nabízí více možností a na jednom zajímavém příkladu si ukážeme, že i video bez toho tolikrát znásilněného slovíčka virál, může být úspěšné. A to jak z hlediska sledovanosti, tak z pohledu klienta a několikanásobném návratu jeho investic.

10:25 - 10:50 Coffee break

10:50 - 11:15 iDoklad - jak se technologické demo může zvrhnout v úspěšný obchodní model

Martin Cígler - Solitea Česká republika, a. s.

Zkušenosti s monetizací bezplatné cloudové služby.

[Malá ochutnávka prezentace](#)

11:15 - 11:40 Kam nemůže váš obchod, tam nastrčte affiliate partnera

Petr Soukup - eBRÁNA

O dlouhodobé zkušenosti s provozem affiliate sítě provizni-system.cz se s vámi podělí Petr Soukup ze společnosti VIVANTIS a.s. Řeč bude o přínosu pro váš e-shop, získávání nových partnerů a pohledu na affiliate systém v čase.

[Malá ochutnávka prezentace](#)

11:40 - 12:05 Business výsledky kampaně Pošli médu

Leona Bretschneiderová - MEDIA FACTORY Czech Republic

Jaké business výsledky přinesla kampaň pro ČSOB Pojišťovnu - "Pošli médu".

<http://www.poslimedu.cz/>

12:05 - 13:00 Oběd

13:00 - 13:25 Jak reklama na YouTube pomohla zlepšit vnímání značky

Patricia Neupauerová - Google Czech Republic

Google vytvořil společně s firmou Karlovarské minerální vody případovou studii: Jak reklama na YouTube pomohla zlepšit vnímání značky.

- Důležitost brandingů v online prostředí
- Jak na engagement
- Efektivní nástroje ke zvýšení návštěvnosti na YouTube kanálu
- Výsledky a doporučení z kampaně značky Magnesia

[Malá ochutnávka prezentace](#)

13:25 - 13:50 Jak na zákaznickou péči na sociálních sítích

Vít Horký - Brand Embassy Ltd.

Případová studie Brand Embassy odhalí, jak firmy využívají zákaznickou péči přes sociální sítě ke zvýšení spokojenosti zákazníků. Firmy dosahují snížení negativní nálady okolo jejich značky o 70 %, získávají nové zákazníky, získávají informace, jak je vhodně a rychle oslovit, jak vyhodnotit obchodní výsledky zákaznické péče, jejíž se zúčastňují denně tisíce uživatelů sociálních sítí.

Praktické zkušenosti, rady a tipy jak rozjet efektivní zákaznickou péči na sociálních sítích sdělí Alena Oswaldová z Telefonica O2.

[malá ochutnávka prezentace](#)

13:50 - 14:15 Jak naučit zákazníky, aby měli rádi vaši online samoobsluhu

Marta Drahovzalová - T-Mobile Czech Republic

Návštěva online samoobsluhy může být pro zákazníka náročným mentálním cvičením nebo příjemným zážitkem. T-Mobile ukáže, jak nový vzhled, chytré kombinace funkcí a důraz na lepší orientaci ve službách, napomohly zvýšení efektivity online péče a spokojenosti zákazníků s webovými stránkami.

[Malá ochutnávka prezentace](#)

14:15 - 14:40 Jak plně automatizovat e-mailing s unikátní nabídkou pro každého zákazníka

Vladan Hejnic - VIVmail.cz, s.r.o

Vladan Hejnic vám představí úspěšný projekt SmartPak, který využívá Silverpop pro automatický e-mailing, který je sestavován na základě chování návštěvníka na webu a v e-mailu v kombinaci s jeho nákupní historií. Během velmi krátké doby SpartPack spustil asi 50 automatických e-mail kampaní, které odchází každý den. Ty neúspěšnější generují obrát až 170 Kč na odeslaný e-mail.

14:40 - 15:05 Coffee break

15:05 - 15:30 Technické řešení webu a jeho vliv na zisk a ztrátu

Michal Špaček - michalspacek.cz

Michal na případových studiích ukáže, že je dobré věnovat se bezpečnosti - kvůli zamezení ztrátám věnovat se optimalizaci kódu webu - kvůli zvýšení rychlosti webu, tím návštěvnosti a tím i zisku.

15:30 - 15:55 Proč utrácet za mobilní web v éře responsivního webu?

Miroslav Marek - MEDIA FACTORY Czech Republic

Vytvořili jsme nový korporátní web. V souladu s trendem a potřebami doby je web responsivní. Tedy web je přizpůsoben široké škále zařízení od mobilních telefonů po chytré televize. Proč ale utrácet za "klasický" mobilní web? Má to smysl? Jako příklad bude použit web vodafone.cz a jeho mobilní verze.

16:00 předpokládaný konec konference