

Content First 2016

8. června 2016 / 9:00 / OKsystem Na Pankráci 125, 140 21 Praha 4

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 Úvodní povídání

Eliška Vyhnánková

9:10 - 9:30 Obsahem k osvětlení

Pavel Čejka - VICE

Kde se vzal content marketing a proč se mají značky v 21. století stát mediálními společnostmi?

9:35 - 9:55 Copy tvojí mámy

Martin Pistulka - Follow Bubble

Hezké a vtipné texty nejsou všechno. Mnohem důležitější než slovní kudrlinky je vědět, pro koho píšete, a přizpůsobit tomu svůj obsah. Je fuk, jestli jde o titulek, perex, post na Facebooku nebo odpověď na komentář. A jaký efekt tedy má, když píšete pro konkrétní lidi a vykašlete se na copywriterské ego?

10:00 - 10:30 COFFEE BREAK

10:30 - 10:50 12 let článků pro Bageterii Boulevard

Petr Bína - Friendly

Nastavit laťku se někdy podaří na první dobrou, ale udržet ji pár let nahoře, to chce dobrou strategii, nápady, výdrž a osvětleného klienta. Ukážu vám to na projektu, který vznikl v době, kdy se kreativním textům ještě neříkalo content marketing, slovo příběh nebylo klišé (a holkám ještě rostly vlasy).

10:55 - 11:15 Obsah umí každé trouba

Jiří Caudr, Jan Javornický - Elite BTW

Jestli vám název přednášky připadá jako provokace, tak máte pravdu. O tom, kolik před takovým troubou stojí překážek i léček, když se rozhodne vstoupit do neprozkoumaných vod content marketingu, bychom dokázali natočit třicetidílný seriál, který by byl naprostý propadák, i kdyby v něm hrál duch Jamese Deana. Co jsme tedy udělali, že obsahový projekt O2Sport.cz uspěl, tak jak uspěl, a jak nám s tím pomáhají Cristiano Ronaldo a Jaromír Jágř? A taky o tom, proč ještě nekončíme a jaké máme další plány.

11:20 - 11:55 Ještě větší kritik a jeho marketing obsahem

Kamil Fila

Kamil Fila je jednou z nejvýraznějších osobností české filmové kritiky s nebývale velkou fanouškovskou komunitou. Po mnoha letech psaní pro tradiční média se letos rozhodl vsadit na vlastní značku a rozjet čistě osobní web na doméne jestevevtsikritik.cz. A chce za svůj obsah peníze. Jak v jeho případě platí, že obsah je king, se bude ptát Ján Simkanič, výkonný ředitel Internet Info.

12:00 - 12:50 OBĚD

12:50 - 13:10 Nekorporátní magazín v korporaci

Michaela Raková - KPMG Česká republika

Jak začít vydávat firemní magazín, který nevypadá jako dílo korporátních struktur. Kde, s kým a jak začít, kolik to bude stát a co z toho firma bude mít?

13:15 - 13:35 Jak přestat postovat nesmysly

Hana Kostovičová - LMC

Koťátka zkoušel cpát do feedu každý - a kdo říká, že ne, dělá to dodnes. Zkusím vám popsat otázky, které jsme si museli zodpovědět na naší cestě za smysluplnou komunikací na Jobs.cz a Prace.cz. Mluvit budu o tom, jak se snažíme udržet jednotu napříč různými tvůrci, agenturami a externisty, jak obsah vyhodnocujeme a jak se snažíme malými krůčky přibližovat obsahové nirváně.

13:40 - 14:00 Tvoříme a měříme (skoro vše) - a to nám dělá radost.

Jana Bačová - Pepa.cz

Každá firma chce prodávat, o tom žádná, na druhou stranu jsme lidi a máme rádi hodně informací. Chceme vědět, co si kupujeme a jakékoliv informace navíc nás rozhodně potěší a často pomůžou v rozhodování. Proto se u nás věnujeme blogu - a s láskou, ne proto, že musíme. Chceme lidem poskytnout více informací, naše zkušenosti a zároveň někdy něco přidat na pobavení. A máme o to větší radost, když víme, že to funguje - lidé články čtou, nakupují. Nasdílím naše zkušenosti a samozřejmě i čísla.

14:05 - 14:25 Z 0 na 100 v socialu za 3 měsíce

Anna Březinová - MMS Communication Czech Republic

Na začátku prosince jsme přebrali správu sociálních sítí pro Toyota a Lexus pro 3 země. Jak se nám podařilo několiknásobně překonat očekávání slíbená v tenderu, jak jsme aktivovali komunitu a proč fungují interiéry vozidel lépe než exteriéry? Existují rozdíly v komunikaci Čechů, Slováků a Maďarů? Povím vám nejen o tom, jak moc se dá obsah v automobilovém průmyslu plánovat dopředu, kde brát inspiraci a proč nespouštíme reklamní podporu hned.

14:30 - 15:00 COFFEE BREAK

15:00 - 15:20 Předejte Facebook do rukou svých fanoušků a jedte na dovolenou

Petr Pluháček - Socialsharks

Případová studie: Uvedení na trh nové příchutě Big Shock! Brazil Mix

Když znáte své zákazníky, dokážete si s nimi povídat jako jejich přátelé a ne jako tuctová značka, která jim jen něco prodává. Big Shock své zákazníky zná opravdu dobře a vytvořil kolem své značky a produktů jednu z nejsilnějších komunit v Česku. Na tom už se dá stavět. Můžete tak dokonce předat správu Facebooku do rukou svých fanoušků a odjet si na dovolenou do Brazílie. No a jako poděkování jim přivezete novou příchutě Brazil Mix. Takhle jednoduché to ale nebylo. Chcete slyšet celý příběh uvedení nové příchutě značky Big Shock!?

15:25 - 15:40 Jak jsme aktivovali komunitu fanoušků Teekanne

Ondřej Tyleček - Fairy Tailors

Převzali jsme Facebookovou stránku, na které si nikdo s nikým nepovídal. Začali jsme komunikovat a pečlivě jsme četli data, abychom zjistili, co fanoušky zajímá a co ne. Nakonec jsme trefili ten správný styl a nestačili se divit, když jsme zjistili, že počet fanoušků, kteří se aktivně zapojují do komunikace, vzrostl oproti předchozímu období o 2000 %. Tato přednáška je pro všechny, které zajímá, jak v naší krejčovské dílně přemýšlíme a co stojí za úspěchem komunikace Teekanne na Facebooku.

15:45 - 16:00 Svět podle Kavárníka Karla

Jan Vašík - Fairy Tailors

Říct si o cukr s mlíčkem v kavárně Al Cafetero chce opravdu kuráž. Ti, kteří se o to pokusili a vyvázli živí, o tom, co následovalo, vyprávějí roztodivné příběhy, kterým se až nechce věřit. Kavárník Karel - šprýmař, hrdina a psanec v jedné osobě - se tak díky svému osobitému projevu a vedení kavárny stal ústřední postavou celé komunikace. Pokud vás zajímá, co všechno jsme vymysleli, udělali a jak to celé dopadlo, přijďte na Content First ... možná dorazí i Karel!

16:05 Předpokládaný závěr akce