Content First 2017

7. června 2017 / 9:00 / OKsystem Na Pankráci 125, 140 21 Praha 4

Program akce

Hlavní blok

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Vladimír Rejlek

9:10 - 9:30 **Jak ŠKODA AUTO ČR nastartovala YouTube kanál**

Tomáš Gregořica - ŠKODA AUTO, Peter Mižík - Zaraguza

V minulých letech získával YouTube kanál ŠKODA AUTO ČR průměrně 160 odběratelů za měsíc a jejich počet rostl spíše skokově, a to především vlivem marketingových kampaní. Dnes roste v průměru o více než 1 000 odběratelů měsíčně. Jak uspět na největší videoplatformě v ČR?

9:35 - 9:55 **Dělejte obsah zábavně, inspirujte a vzdělávejte. Vrátí se vám to.**

Filip Černý - AUDIO PARTNER

Jak Kytary.cz ladí sociální média a dokáží přetavit, zdánlivě nekomerční, obsah v konverze? Jak využít YouTube a budovat komunitu on-line? Jak dostat zákazníky ke kase, díky offline aktivitám? Na tyto a další otázky vám odpoví šéf marketingu a hudebník Filip Černý.

10:00 - 10:20 **Obsahová strategie a copywriting pro Knihy Dobrovský**

Maru Kortanová - Pábení

Jak jsme od základů proměnili komunikaci značky a vytvořili dokumenty, se kterými pracují další agentury? Obsahová strategie, tón komunikace, velký příběh... všichni to chtějí, ale málokdo koná. Ukážu vám, jak to děláme my. Postupy, interní materiály i příklady realizace – prostě roční práce shrnutá do jedné prezentace.

10:25 - 10:35 **AdamKontra: CONTEXT FIRST aneb kde je hrana?**

Adam Ondráček - Adam Ondráček

Češi jsou smějící se bestie. Máte unikátní příležitost přijít se pochechtat nad jedním failem, jehož součástí je nacistický zločinec, ryze český produkt a touha agentury dělat edgy věci. O tom, jak jsem balancoval na ostří nože a udělal jeden krůček vedle. O tom, kde je hrana a o těch, kterým se ji povedlo najít.

10:35 - 11:05 **COFFEE BREAK**

11:05 - 11:25 **Děláme to s influencerama pořádně feat. Nejfake**

Petr Machovec - 2FRESH

Dneska už to s nima dělal asi každej. Ať už blbě nebo dobře, dělal. Pojďme se podívat, jak to s těma klukama a holkama válíme u nás v 2FRESH. A jak se nebojíme dělat chyby, chyby ze kterých se rádi poučíme. Srovnáme si dvě konkrétní kampaně jednoho klienta a ukážeme, jak se dá i z úspěšné kampaně založené na spolupráci s influencery poučit a udělat další kampaň ještě úspěšnější. Svůj pohled na věc řekne i jeden z nejstarších a nejznámějších influencerů dnešní doby, Nejfake.

11:30 - 11:50 **Jak si Captain Morgan nechal postavit vlastní ostrov v Minecraftu.**

Martina Kohutová - Konektor PR s.r.o.

V České Republice dosud nikdo plně nevyužil populární hru Minecraft jako nositele reklamy. Rozhodli jsme se to změnit a pro značku Captain Morgan jsme proto vytvořili unikátní pirátský ostrov. Do propagace nové hry jsme zapojili i známého youtubera Pedra, který se hraním Minecraftu proslavil. Kolik lidí hru hrálo? Co nám to přineslo? A je Minecraft vážně jen pro děti?

11:55 - 12:25 **S činkou za skvělým obsahem**

Petr Michl - Marketing Journal

Kolik kilo zvednete na bench? Ano, v kariéře marketéra to není tak podstatný údaj. Stejně byste se ale od chlapíků a holek z fitka měli inspirovat. Bodybuilding a fitness se za poslední dekádu vymanily ze škatulky odstrkovaných sportů s anabolickým stigmatem a staly se mainstreamem. A zcela zásadní roli v tom hraje obsah, který začali nejen špičkoví sportovci a prodejci suplementů, ale i trenéři a nadšení amatéři, publikovat na blozích, Instagramu a YouTube. Obsah, za nímž stojí tuny zvednutých činek a hektolitry vypitých proteinových nápojů, může být inspirací pro propagaci dalších sportovních odvětví, stejně jako pro značky z úplně jiných segmentů.

12:30 - 13:30 **OBĚD**

13:30 - 13:50 **Tištěný B2B magazín, co má 16 stran a prodává e-shopy za miliony**

Jiří Vicherek

Klient, přední český shopdeveloper, měl populární B2B blog, pravidelný videonewsletter s tisíci zhlédnutími, organizoval několik velkých konferencí do roka. Pak začal spolupracovat s námi, my doporučili polovinu těchto marketingových aktivit škrtnout a začít vydávat tištěný časopis. Tato case-study vám ukáže, jak je cílová skupina a propozice pro ní základem jakékoliv obsahové strategie.

13:55 - 14:15 **Co jsme se za 14 měsíců naučili o měření obsahu**

Jakub Bůšek

Všichni mluví o měření obsahu, ale nikdo ho nikdy neviděl. My jsme se rozhodli to změnit. Za více než rok zkoušení a hledání jsme přišli na to, kdy má smysl, a kdy ne; a kdy pomáhá byznysu, a kdy spíš copywriterům. Odhalíme vám reálná data a odnesete si checklist pro nastartování vlastního měření.

14:20 - 14:40 **Messenger bots: A social media manažeři nebudou mít co žrát.**

Adam Špina - TRIAD Advertising

Bavit lidi nebo prodávat? A jde vůbec přes sociální sítě něco někdy prodat? Oboje je možné a nyní i bez většího zásahu social media manažerů díky messenger botům. Ty už dneska umí udělat check-in, objednat pizzu nebo si třeba společně s vámi zarepovat. Dost dobře možná jednou nahradí i celý customer service společností. Budou social media manažeři v budoucnu vůbec zapotřebí?

14:45 - 15:05 **#chcemepsa: aneb jak vymyslet kampaň dle zásad A. Kaushika**

Andrej Slivka - ANNONCE

Začalo to zachycením negativních zmínek o psích množírnách a skončilo plnohodnotnou kampaní o pořízení prvního štěkajícího kámoše. Aneb poslechněte si, jak jsme v Annonci aplikovali Kaushikův koncept SEE – THINK – DO – CARE, na jehož základě jsme vytvořili vlastní landing page kampaně, sehnali komentáře od veterinářky, příběhy influencerů všeho druhu a nakonec ulovili i jednoho youtubera.

15:10 - 15:40 **COFFEE BREAK**

15:40 - 16:00 **Instagram optikou sneaker světa**

Veronika Galíková - Footshop

Tenisky jsou dnes ve stejné kategorii projevu společenského statusu jako mobilní telefon, pánské hodinky nebo luxusní kabelka. Svět tenisek se řídí vlastními pravidly, a tedy i Instagram Footshopu částečně popírá poučky o správném přístupu k této sociální síti.

16:05 - 16:25 **Dostaňte ten správný content tomu správnému publiku.**

Miroslav Esser - Creative Dock, Michal Schindler - Creative Dock

Michal Schindler a Miroslav Esser z pražského startupového studia Creative Dock vás provedou celou cestou od tvoření kvalitního contentu až po jeho cílení na digitálních kanálech. Content tým Creative Docku patří k nejlepším v zemi - stojí ze content marketingem Zonky a weby Patalie.cz a Slavanazdarvyletu.cz.

16:30 - 16:50 **Rozhovor s Martinem Selnerem povede Ján Simkanič**

Martin Selner - Autismus & Chardonnay, Ján Simkanič - Deník N

Svůj blog Autismus & Chardonnay začal Martin Selner psát teprve před rokem a rázem uhranul internetové publikum. Nadhled, empatie a mimořádný styl mu zajistily trvalou přízeň stále rostoucího publika i nominace na Křišťálovou Lupu nebo Magnesii Literu. Jak začal psát, jak o psaní přemýšlí, co pro něj znamená a co má v plánu, se ho bude ptát Ján Simkanič, výkonný ředitel Internet Info.

16:55 **Předpokládaný konec programu**