

# Content First 2018

---

12. června 2018 / 9:00 / OKsystem Na Pankráci 125, 140 21 Praha 4

---

## Program akce

---

### Hlavní blok

**9:00 - 9:10 Úvodní slovo**

Eliška Vyhnánková

**9:10 - 9:30 Jak nahradit prachy**

Michaela Losekoot - Prague City Tourism

Co kdyby vám meziročně klesl rozpočet na facebookovou reklamu o 93 %? A kdyby na Instagram a Twitter žádné peníze na reklamu nezbyly? V téhle situaci byly v roce 2017 zahraniční účty Prahy. I přesto dokázaly například navýšit engagement na Instagramu skoro o 20 000 % a na Twitteru téměř o 2 000 %. Jak dělat Facebook, Instagram a Twitter s omezeným rozpočtem, malým týmem a stejně dosáhnout skvělých výsledků?

**9:35 - 10:05 Forbes Espresso: Jak jsme udělali nejlepší český newsletter**

Štěpán Horn - Forbes

Newsletter Forbesu se za poměrně krátkou dobu stal čtenějším periodikem než některé celostátní deníky. Forbes Espresso je krátký, bez odkazů a nabízí porci nadhledu i ironie. Navíc je díky němu možné získávat stovky předplatitelů. Chcete si poslechnout, jak ve Forbesu dokázali vytvořit obsah, který odebírá 35 000 lidí a jehož reklamní prostor je vyprodán na rok dopředu? Jak se z nuly podařilo vytvořit newsletter, o němž se lidé baví na obědech, a s jehož obsahem se ztotožňují? Na přednášce se dozvíte, jak se to vlastně všechno semlelo a hlavně zjistíte, co bude dál.

**10:10 - 10:40 Rozhovor: Tajný recept na úspěšná internetová videa**

Ján Simkanič - Deník N, Lukáš Záhoř - Czech Video Center

Stál za neznámějšími internetovými pořady a seriály Stream.cz od Kazmovy ONE MAN SHOW po Kancelář Blaník, teď připravuje rozjezd nové internetové televize pro Mall Group. S Lukášem Záhořem, legendou českého videoobsahu na internetu, si bude povídat Ján Simkanič, výkonný ředitel Internet Info, o tom zda existuje tajný recept na úspěšné internetové video a v čem spočívá a jak s ním lze mít obchodní úspěch.

**10:45 - 11:15 Coffee Break**

**11:15 - 11:35 Logo jako ego značky**

Lumír Kajnar - Lumír Kajnar

Startovací výstřely myšlenek nad úlohou loga v dnešní komunikaci. Těší nás, když to naše logo všude vidíme? Opravdu větší znamená lepší? Jak často se za nějaké logo schováváme? Dovolíme ostatním, aby si s ním hráli? Můžeme se bez něj vůbec obejít? Je logo existenciální otázkou firmy? Proč se logo stalo samostatným tématem diskuse, komu to prospívá a komu škodí?

**11:40 - 12:00 Olympiáda #vednevnoci**

Zuzana Kadlečková - Coca-Cola Česká republika

Olympijská kampaň značky Coca-Cola trhala rekordy #vednevnoci. Jaký podíl se na úspěchu podepsal dopředu připravený obsah a kolik sehrály pohotovostní reakce během Olympiády? Nahrála Ester Ledecká parodii na svoje překvapení v cíli skutečně v Koreji? O zkušenosti se podělí Zuzana Kadlečková, social media manager společnosti Coca-Cola Company.

**12:05 - 12:25 Co dělat, když vás lidi nemají rádi?**

Jiří Markvart - Follow Bubble

Kvalitní a pečlivě vytvářený obsah dokáže nejenom sbírat palce a srdíčka, ale v dlouhodobém měřítku i měnit sentiment okolo celé značky. Přijďte si poslechnout, jak jsme Mekáci pomohli rozpráshit hoaxy, umlčet hejtry a s minimálními náklady nasbírat oddané ambasadory.

**12:30 - 12:50 Vzdělávání copywritera: od opuštěného stolu ke smečce**

Martin Brablec - Obsahová agentura

“Mám pocit, že stagnuju.” “Mám pocit, že už mi to nic nového nedává.” “Vůbec nevím, kde a jak začít.” Jestli se sami staráte o obsah, nebo se staráte o člověka, který se stará o obsah, možná jste podobnou větu sami slyšeli. Nebo vyslovili. Představím vám bolestně ověřené zásady funkčního vzdělávání a posunu copywritera, díky kterým dokážete rychle ovládnout základy řemesla, předejít vyhoření a posouvat se stále dál.

**12:55 - 13:55 Oběd**

**13:55 - 14:15 Virál nebo žaloba?**

Petra Dolejšová - Petra Dolejšová

O čem přemýšlíte, když tvoříte obsah? Aby byl užitečný? Zábavný? Kreativní? Myslíte i na to, abyste si díky němu nevykoledovali flastr od úřadu nebo nepřijemnou žalobu od konkurence? Ocitnout se mimo zákonem vymezené hřiště můžete raz dva. Velcí hráči ale umí bravurně balancovat na hraně. Tajemství úspěchu? Vědět, kde už jste dávno za hranou a co to pro vás může znamenat.

**14:20 - 14:40 Hasiči na sociálních sítích aneb Jak využít sociální sítě ve veřejné správě**

Martin Kavka - Hasičský záchranný sbor hlavního města Prahy

Čeští hasiči na Twitteru brilantně komunikují s veřejností i médii. Od února 2017 přitom změnili styl komunikace a výrazně se odlišili od ostatních účtů státních úřadů, policie ČR nebo jiných hasičských záchranných sborů. Čím se inspiřují? Jak tvoří obsah, který si vymyslel sám život? Jaké mají plány do budoucna a co za tím vším stojí? Nejen to se dozvíte v přednášce Martina Kavky. Člověka, který tohle všechno dělá sám téměř 24/7.

**14:45 - 15:05 I hodiny, které stojí, ukazují dvakrát denně správný čas**

Michal Schindler - Creative Dock

Delfíni dopraví ke břehu zhruba stejně tonoucích, jako jich utopí na širém moři. Ti druzí o tom ale nemůžou vyprávět. Puding na stěnu nepřibijete ani nejostřejším hřebíkem. Aneb Proč je chyba spoléhat jen na kvantitativní měření (analytiky), proč je chyba dělat obsah pro všechny a pro nikoho (styl a cílovka), a proč nejde úspěch předvídat, ani kopírovat (život).

**15:10 - 15:40 Coffee Break**

**15:40 - 16:00 Reklama, kterou si rád přečteš**

Ondřej Sitta - Seznam.cz

Lidé čtou to, co je zajímavá, a úkolem každého správného marketáka by mělo být dělat takovou reklamu, která pro čtenáře zajímavá bude. V Seznamu se tomu snažíme jít naproti. Nedávno jsme představili nový produkt: Seznam Native, který našim klientům s tvorbou skvělého obsahu pomáhá. Těšit se můžete na ukázky prvních realizací.

**16:05 - 16:25 Jak vybudovat úspěšnou kampaň na Messenger Botovi**

Daniel Šilha - Socialsharks

Story o tom, jak jsme na Kinder Buenu stvořili chatovacího ďábla, který nám svými výsledky vytřel zrak. Co tomu předcházelo, co následovalo a proč je z dlouhodobého hlediska dobré budovat loajální komunity?

**16:30 - 16:50 Hlavně, aby bylo veselo**

Jana Ecksteinová - Hithit

Co spojuje úspěšné autory na Hithitu? Udělali jsme průzkum mezi úspěšnými autory a jeden bod nás docela zaujal. Neobjevuje se totiž v žádných článcích a tipech. Je to humor.

**16:55 Předpokládaný závěr akce**