

Czech Internet Forum 2011

10. listopadu 2011 / 9:00 / Grandior Hotel Prague Na Poříčí 42, 110 00 Praha 1

Program akce

Sál č.1 - Moderuje Martin Kopta

8:30 - 9:00 Registrace

9:00 - 9:15 Zahájení

9:15 - 9:35 Redukce zpráv a novinová budoucnost

Jakub Unger - Centrum Holdings

Zpravodajský obsah dnes stojí na rozcestí: lidé opouštějí papír, osobní počítač umírá – co s tím budeme dělat? Co například nahradí homepage zpravodajského serveru a její roli a jsou aplikace tím nástrojem, který zprávy přenesou do budoucnosti?

9:40 - 10:00 Tablety a čtečky - budoucnost médií nebo slepá odbočka?

Petr Bednář - VLTAVA LABE MEDIA

Ukázky ze zahraničí, první akvizice, české příklady. Přidaná hodnota pro uživatele, vydavatele, inzerenta. Uživatelské rozhraní a byznys modely, úspěchy a neúspěchy.

10:05 - 10:25 Jak se daří Lidovým novinám na iPadu

Martin Michek - Lidové noviny

Lidové noviny jsou deník, který se na území iPadu rozhodl proniknout docela výrazně. Jak se mu to daří a na jaké problémy při každodenní práci redakce naráží představí člověk, který je za celý projekt odpovědný.

10:25 - 10:45 COFFEE BREAK

10:45 - 11:05 Online aktivity České televize v číslech

Milan Fridrich - Česká televize

Pod vedením ředitele nových médií České televize vznikl zřejmě největší balík mediálních aplikací v České republice. Dozvíte se, kolik si našly uživatelů, jak často jsou využívány a na jakých zařízeních. A také, jak se to odráží ve fungování internetového oddělení a celé televize.

11:10 - 11:30 Co jsem se naučila při reloadu IHNET.cz

Lucie Tvarůžková - Benxy s.r.o.

Lucie jako zástupkyně šéfredaktora Hospodářských novin měla na starosti letošní kompletní přestavbu zpravodajského webu IHNET.cz, která byla skutečně výrazná, radikální a vyžadovala velkou dávku odvahy.

11:35 - 11:55 Piano a placený obsah na Slovensku po půl roce provozu

Tomáš Bella - Deník N

Unikátní systém zpoplatnění obsahu Piano je na Slovensku už několik měsíců v provozu. S jakými ohlasy, s jakými výsledky a s jakými plány, s tím vším vás seznámí duchovní i skutečný otec projektu Tomáš Bella.

11:55 - 12:55 OBĚD

12:55 - 13:25 Co jsme se naučili: Maximalizujte výnosy investicemi do digitálního marketingu

Cíl reklamy je i v digitálním věku stejný, jako dříve: vyvolávat pocity, emoce, dojmy a jednání, které nakonec vedou k vybudování věrnosti značce a ke zvýšení prodeje. Nejdůležitější je najít cesty, jak toho dosáhnout co nejefektivnějším způsobem a se schopností vyčíslit návratnost investic do marketingu. Paul Goode představí to nejdůležitější, co vám k tomu může pomoci, prostřednictvím výsledků výzkumů společnosti comScore prováděných na několika největších světových značkách.

Prezentace bude v angličtině bez tlumočení do češtiny.

13:30 - 13:50 **007 Quantum online výzkumu**

Filip Pieczyński - Gemius

Trendy na trzích střední a východní Evropy a charakteristiky regionu. Prostředí po recesi. Jaké jsou klíčové země pro internetový průmysl v regionu střední a východní Evropy v roce 2011? Srovnání vybraných trhů s ohledem na mobilní zařízení a sociální sítě. Jaký druh charakteristických změn a přeskupení jsme mohli pozorovat za poslední rok?
Prezentace bude v angličtině bez tlumočení do češtiny.

13:55 - 14:15 **Jak nebýt v marketingu za fachidiota**

Peter Lelovič - CONCEPT 42

Průvodce skutečným světem marketingových komunikací. Myslíte si, že důchodci jsou chudí a demenční? Že on-line video fatálně vytlačuje televizi? Že chytré telefony se v reálném světě používají chytře? Pak tenhle rychlokurz geniality potřebujete jako sůl!

14:20 - 14:40 **Poslední chybějící prezentace**

Michal Heisig - Seznam.cz

Domácí internetová scéna pohledem ze společnosti Seznam.cz. SPIR? Centrum.cz? iDNES.cz? Ostatní? G (nevyslovujte)? Klienti? Mediální agentury? Mediatypy?... Seznam.cz?... A co na to Ján Simkanič?

14:40 - 15:00 **COFFEE BREAK**

15:00 - 16:30 **Novinky roku**

V tomto bloku, stejně jako vloni, představíme v krátkých vystoupeních zajímavé novinky poslední doby jako inspiraci a srovnání různých přístupů, nápadů a postupů.

Filip Hráček, Google Czech Republic

Google+

Filip Hráček se svým zahraničním kolegou prostřednictvím online propojení přes Google+ představí nejnovější trendy jedné z nevyraznějších služeb letošního roku, mimo jiné nominované mezi Projekty roku v anketě Křišťálová Lupa 2011. Simona Matoušková a Karel Pětruchno, Seznam.cz

Jak jsme redesignovali Super.cz

Jeden z nevyraznějších počinů na poli redesignu mediálního projektu za poslední dobu si vysloužil překvapivě velké množství pozitivních komentářů a také zajímavý skok v návštěvnosti a čtenářské odezvě. Redesign Super.cz byl nominován v kategorii Projekt roku ankety Křišťálová Lupa 2011.

Erik Tabery, Respekt

Cesta Respektu do iPadu a Kindlu

Tydeníku Respekt se podařilo výrazně zaujmout uživatele mobilními verzemi svého obsahu a zvláště aplikace pro iPad bývá dávana za vzor jednoduché, a přitom navýsost funkční cesty. Ne náhodou proto byla nominována hned ve dvou kategoriích ankety Křišťálová Lupa 2011 - Mobilní služba a Inspirace roku.

Ondřej Filip, CZ.NIC

MojeID, rok poté

Výkonný ředitel sdružení CZ.NIC prozradí, co se událo během roku od spuštění identifikační uživatelské služby MojeID a jaké jsou plány projektu do budoucna. A zároveň poskytne pár argumentů, proč by provozovatelé služeb měli možnostem MojeID věnovat pozornost a jaký benefit jim může přinést.

Michal Kašpárek, ŽitBrno.cz

ŽitBrno.cz - jak prorazit s politickou satirou

Web, jenž o sobě říká, že "Oficiální portál City Identity města Brna má za úkol fruktifikovat jeho verbální priority." rozhodně není tradiční. Naopak představuje výjimečkou ukázkou využití internetu jako mimořádně účinného nástroje občanské aktivity, jež dokázala vyprovokovat už nejednu reakci znepokojených politiků. Mezi vrcholné projekty bezesporu patří přejmenování moravské metropole na Krno. Projekt ŽitBrno.cz byl nominován v kategorii Projekt roku ankety Křišťálová Lupa 2011.

Matěj Hollan, MapyHazardu.cz

MapyHazardu.cz - využití internetových nástrojů k dobré věci

Česká republika je světovým rájem hazardu, hazardní mafie a pračkou špinavých peněz celé Evropy. MapyHazardu.cz jsou prostředek, jak aktivitou „zdola“ ukázat rozsah nelegálního povolování automatů.

16:30 - 16:50 **Mediální trh je nahý aneb Co znamená zkratka FMM**

Ján Simkanič - Deník N

Krize? Plánování? Cílové skupiny? Bonusy a slevy? Nákupní modely? A nebo ještě něco úplně jiného? Ukážeme si, jak osobní situace jednotlivců v konečném důsledku dokážou ovlivňovat podobu celého mediálního trhu a jak se tomu lze bránit. A nebo nelze?

Sál č.2 - Moderuje Josef Šlerka (Ataxo Interactive)

8:30 - 9:00 Registrace

9:00 - 9:15 Zahájení

9:15 - 9:35 Mendel, Darwin a evoluce českého internetu

Michael Rostock Poplar - Venture Investors Corporate Finance

Tradičně netradiční pohled na české online podnikatelské prostředí ze strany úspěšného investora a nejdrsnějšího porotce pořadu Den D. Tentokrát půjde o strategicko koncepční zamyšlení nad evropskou / globální nekonkurenceschopností většiny českých a slovenských firem, analýzu důvodů a náčrt cesty ven.

9:40 - 10:00 Mysli lokálně, jednej lokálně

Jiří Hlavenka - Skypicker.com

Co je malé, to je milé a co je doma, to se počítá aneb Lehce provokativní pohled zkušeného internetového podnikatele na světovost českých startupů.

10:05 - 10:25 Startup a akvizice očima velké firmy

Jakub Havrlant - ROCKAWAY CAPITAL SE

Co znamená inovace pro velkou firmu a jak k nim přistupují startup projekty? Jaké hodnoty jsou rozhodující při plánování akvizice? Proč koupit výrobce e-hopů a prodejce internetové reklamy- zkušenosti získané z akvizicí, které tento rok realizovala Allegro Group CZ.

10:25 - 10:45 COFFEE BREAK

10:45 - 11:00 Rozhovor s Robinem Raszkou, TechStars

Robin Raszka - Tapmates

Michal Bláha si s Robinem Raszkou bude povídat o jeho aktuálním působení v newyorském startup akcelérátoru TechStars, kde se podílí na vývoji aplikace Piictu, která už stačila vzbudit docela velkou pozornost. Robin už může posoudit, v čem se americké prostředí liší od toho českého a jaké podmínky dokáže poskytnout těm, kteří se rozhodnou něco zajímavého dokázat.

11:00 - 11:35 Diskuze o startup prostředí v ČR - moderuje Michal Bláha

Debata osobností angažujících se kolem podpory a rozvoje české startup scény. Hosty budou Jan Barta (Elephant Orchestra), Ondřej Krabs (My Freight), Petr Očásek (BENETA), Ondřej Raška (Miton).

11:40 - 12:00 Kam kráčí domény - vize a spekulace

Petr Šmída - ACTIVE 24

Nové gTLD - změní to internet? Komu to prospěje a proč? Využití domén dříve, dnes a v budoucnu - trendy. Vývoj cen domén a jeho efekt.

12:00 - 13:00 OBĚD

13:00 - 13:20 Hyde park ČT24 - laboratoř průniku "starých" a "nových" médií

Pavčina Kvapilová - Česká televize

Pavčina Kvapilová dlouho moderovala jeden z nejuspěšnějších pořadů České televize poslední doby, založený na neustálé interakci s diváky. Formát odvážný i v evropském kontextu je specifický tím, že se výsledný tvar vydání skládá v reálném čase z otázek a komentářů přicházejících od široké veřejnosti. Během roku a půl takto publikum vyzpovídalo řadu osobností mnoha oborů a zájmů. Během své prezentace Pavčina přiblíží, jaké byly zkušenosti týmu s využitím sociálních sítí a dalších komunikačních prostředků na internetu i mimo něj pro přípravu a průběh tohoto pořadu.

13:25 - 13:45 Strategie a realita zapojení banky do společenských sítí na webu

Petra Pšánská

Hned po otevření banku postihla Šmudlinka - falešná zaměstnankyně ZUNO na diskuzním fóru mBank. V zápětí se přidal squatterský účet @zunobanka na Twitteru. Plány a představy se střetly s realitou. Na konkrétních příkladech uvidíte, jak probíhaly přípravy komunikace nové banky a jak se nakonec představy setkaly se skutečností. Petra se podělí o zkušenosti s tím, jak banka spravuje sociální média, jak provádí monitoring a jak připravuje a vybírá obsah.

13:50 - 14:10 Jana Háková, Alžběta Houzarová, Vodafone

Jana Háková - Vodafone Czech Republic

Proč si (ne)založit firemní Twitter účet

Vodafone je s počtem více než 5500 followerů největším českým korporátním Twitter účtem. Co přináší role průkopníka, jak funguje kouzlo nechtěného, čím zabavit geeky, kdy se vyplatí tweetovat a proč si založení firemního Twitter účtu dobře rozmyslet, prozradí osoby, které mají Twitteru účet Vodafonu osobně na starosti.

14:15 - 14:35 Jak Barbie dostala za vyučenou aneb Využití sociálních sítí k cílené negativní kampani

Milan Beneda - IMC International s.r.o. Divize BenedaGroup.com

Na příkladu negativní kampaně Greenpeace vůči společnosti Mattel a její slavné Barbie na sociálních sítích a prostřednictvím offline komunikace si ukážeme, jak se se sociálními sítěmi dá pracovat a jaké hrozby znamenají cílené negativní kampaně zaměřené na poškození značky.

14:40 - 15:00 COFFEE BREAK

15:05 - 15:25 Marek Bačo, H1.cz a Ondřej Vích, DIRECT pojišťovna

Marek Bačo - MediaCom Prah

Kolik stojí digitální marketing

Kolik stojí online komunikace DIRECT Pojišťovnu, která patří na internetu jednoznačně mezi nejprogresivnější finanční instituce? Realistický a upřímný pohled na efektivitu jednotlivých forem online marketingu spolu s doporučením, na co se má klient ptát svých online agentur. Hlavně žádné nepoužitelné případové studie plné okouzlujících čísel a vyžadující zakoupení nesmyslně drahých nástrojů.

15:30 - 15:50 Sociální média: jeviště, nebo hlediště společenských bouří?

David Antoš - BCG

Od Káhiry po Londýn, revoluce, masové demonstrace, studentské protesty i obyčejné rabování jsou spojovány s využíváním sociálních sítí a médií. Je to zasloužené? Jaká je role sociálních médií v bouřlivých událostech tohoto roku? Jsou jejich impulsem, nebo pouhým zrcadlem?

15:55 - 16:15 Webová analytika bezbolestně

Lukáš Zaplatílek - Etnetera Activate

Rozhodování na základě dat pročistí vzduch ve firmě libovolné velikosti. Na příkladech z praxe uvidíte, které situace pozitivně či negativně ovlivnily průběh zavádění webové analytiky do online aktivit klientů.

16:20 - 16:40 Nepetejte se "Jak se vám líbí náš web", měřte pocity svých návštěvníků

Petr Štědrý - Sherpas

Snažili jste se někdy zjistit, jak se vašim návštěvníkům líbí váš web? Počítáte Net Promoter Score? Provádíte marketingové průzkumy? My díky nové metodě uživatelského výzkumu měříme pocity návštěvníků. Přijďte se podívat, co jsme změřili na serveru iDNES.cz.