

E-Business Akademie 2016

23. března 2016 / 14:00 / Royal Vinohradská 48, 120 00 Praha 2

Program akce

Hlavní blok

14:00 - 14:10 Úvodní slovo

David Beška - Skrz.cz

14:10 - 14:40 Nejúčinnější reklama z pohledu e-shopů, zákazníků i monitoringu reklamních investic

Hana Friedlaenderová - Nielsen Admosphere

Co nám říkají data monitoringu reklamních investic o tom, jak se mění objem reklamních investic e-shopů a jejich komunikační mix? Jaké komunikační prostředky považují za nejúčinnější e-shopy? Jak reagují na komunikaci e-shopů samotní zákazníci? A jak vůbec měřit efektivitu jednotlivých mediotypů v komunikačním mixu e-shopů? Právě na tato témata bych se ráda zaměřila ve své krátké prezentaci.

14:45 - 15:15 Nemí to jen o PNO / ROI

Kamil Demuth - Scuk.cz

Abychom mohli měřit efekt jednotlivých mediotypů, potřebujeme vědět co měřit, abychom věděli co měřit, potřebujeme vědět jaké očekávání máme od jednotlivých mediotypů. V tom nám pomáhá v CZC.cz framework See - Think - Do - (Care)... Jak přesně? Uvidíte :-)

15:20 - 15:50 Porovnání mobilních nákupů na CZ, CEE a MENA trzích

Roman Šedivý - ROIHunter.com

Inzerujete pouze na počítačích? Reklama na mobilních zařízeních se Vám nevyplácí? Přemýšleli jste už o mobilní aplikaci pro svůj e-shop? Inzerce na mobilních zařízeních má smysl a rád vám ukážu jaké jsou rozdíly v chování zákazníků a inzerentů v různých částech světa.

15:55 - 16:25 Od firstclicku v AdWords po vlastní atribuční model

Radomír Vychodil - Alza.cz

Jste přesvědčeni o efektivitě svých internetových kampaní? Já nikdy nejsem! Stále hledám způsoby, jak si zkazit radost z „výborných“ výsledků. V krátkosti se podíváme na to, jakým způsobem se měnil pohled Alza.cz na vnímání čísel z online reklamních kampaní. Chci ve vás spíše spustit vodopád otázek, než předávat „zaručené návody“ (ty stejně nemáme a dle mě ani neexistují). Zaplavit vás věcmi, které nás pálí, aby vás už třeba tolik „nepálily“. Online reklama bude mít přínos jen tehdy, bude-li dávat smysl všem inzerentům, a to nepůjde do té doby, dokud si nezačneme klást ty správné otázky. Pojďme společně sundat ony „růžové brýle“. Budu velmi potěšen, pokud ve vás probudím alespoň ždíbáček zdravé pochybnosti.

16:25 - 16:55 Coffee break

16:55 - 17:25 Problémy vyhodnocování a měření online aktivit

Zdeněk Linc - Slevomat.cz

V poslední době roste mezi výkonově orientovanými marketéry popularita různých RTB řešení. Jaká jsou ale jejich rizika a na co všechno je třeba myslet při vyhodnocování efektivit kampaní pokud máme více zdrojů návštěv? To vše se dozvíte v mé přednášce.

17:30 - 18:00 E-mail v MALL.CZ

Ondřej Vjaclovský - Internet Mall

Newslettery nejsou jen plošné bombardování uživatelů. V rychlosti se podíváme, jaké druhy e-mailů v MALL.CZ a v zahraničí posíláme, jaký je proces tvorby newsletterů, potažmo jiných e-mailů a jaký nástroj k rozesílce používáme. Ukážu vám, co vše vyhodnocujeme, hlídáme a zohledňujeme při vytváření a posílání e-mailů. A zmíním i něco o tom, co nás trápí nebo trápilo v oblasti mailingu.

18:00 - 18:40 Networking