

Jak co nejlépe poznat svého zákazníka

14. června 2022 / 10:00 / Akce proběhne online

Program akce

Hlavní blok

10:00 - 10:05 Zahájení konference

Vladimír Rejlek

10:05 - 10:45 Poznání cílové skupiny v hektické době

Tomáš Cibor - Boomerang Communication

Úspěch kampaně, dlouhodobé strategie značky nebo content marketingu stojí na komplexní znalosti cílové skupiny. Dnešní rychlá doba plná dat ale výzkumům nepřeje. Jak se s tím vyrovnat?

10:45 - 11:25 A které výmluvy brání vám lépe pochopit zákazníka?

Matez Jindra - Makevision, Honza Páv - Makevision

Výzkum zákazníků je pro marketáky-smrtelníky plný překážek, a proto se výzkumu nevěnují – přitom poznání zákazníka je klíč k lepšímu marketingu. Jenže vy přece nejste výzkumná agentura. Nerozumíte operacionalizaci. Přemýšlíte, jestli se dá vlastně výzkumům věřit. Stejně to nakonec bude stát spoustu peněz. A co si z toho odnesete – další prezentaci. V naší přednášce vám ukážeme, jak nad výzkumem uvažovat, abyste už svoje výmluvy nepotřebovali a pustili se rovnou do poznávání zákazníků.

11:25 - 12:05 Jak si získat větší pozornost díky behaviorální vědě?

Martin Peška - Pickerly

Proč dává smysl realizovat v rámci kampaně vždy alespoň jednoduchý AB test? Ukáže vám, kdy jsou zákazníci nejvnímavější k reklamě v televizi a na internetu, nebo jakou roli ve výkonu reklamy může hrát změna jednoho slova. Během své přednášky Martin vysvětlí, co jsou to kognitivní zkreslení a ukáže několik příkladů jejich využití v praxi.

12:05 - 12:35 Přestávka

12:35 - 13:15 Váš produkt není to, co lidé chtějí

Vojtěch Prokeš - Behavio Labs

Zákazníky definují jejich potřeby v různých situacích, do kterých se každý den dostávají. Jak potřeby a situace souvisejí s vaším produktem poznat? Jak změřit jejich sílu? Na které se vyplatí upřít pozornost? Na kterých postavit růst vaší značky? A jak je s vaší značkou účinně propojit? To vše na praktických příkladech z řady výzkumů.

13:15 - 13:55 Data nelžou ani v trendech! Jak se bude měnit zákaznické chování v následujících letech v e-commerce.

Radek Hudák - Shoptet

Trendy podložené daty z ČR i zahraničí. Jak se na základě chování a potřeb zákazníků vyvíjela e-commerce za poslední roky a co jí čeká v těch dalších? Jsou marketplace, D2C, B2B transformace jenom prázdné fráze nebo se skutečně dějí? Odpovíme na datech a reálných case studies!

13:55 - 14:35 Stav Brand Experience v České republice

Jiří Jón - Ogilvy, Petr Tomáš - GroupM Nexus

Značky jsou dnes v extrémně těžké situaci – musejí více než kdykoli předtím bojovat o své místo na slunci na mnoha frontách. Nároční zákazníci od nich očekávají skvělou zákaznickou zkušenost. Odpovědí na toto očekávání je Brand Experience, jinými slovy konsistence značky s tím, jak ji lidé skutečně zažívají.

14:35 Předpokládaný konec konference