

PR v digitální éře 2014

30. září 2014 / 9:00 / Hotel DAP Vítězné náměstí 4/684, 160 00 Praha 6

Program akce

Hlavní blok

- 8:30 - 9:00 Registrace**
- 9:00 - 9:15 Úvodní slovo Petra Koubského a zahájení konference**
Petr Koubský - Deník N
- 9:15 - 9:35 Ice-break: PR kampaň k Festivalu světla Signal**
Martin Pošta - SIGNAL festival
První ročník festivalu světla Signal proběhl na podzim 2013 za obřího zájmu veřejnosti i medií, stal se rovnou nejnavštěvovanější kulturní akcí v ČR. Jak festival vznikl, jak hledal partnery a sponzory, jak pracoval s PR a jak se vůbec dokázal tak rychle etablovat?
- 9:40 - 10:10 Úspěšná komunikace skrz veškeré kanály včetně sociálních médií**
Alexey Podgoretsky - Digtible
Bývalého copywritera a kreativního ředitele předních ruských agentur (Euro RSCG Moradpour, McCann Erickson Russia a APR Eurasia\OMD Group) přivedla jeho specializace na interaktivní kampaně do vedení digitální agentury Digtible. Ve svém příspěvku se zaměří na komunikaci napříč všemi kanály včetně sociálních médií. Bude hovořit o práci s informacemi i emocemi. Vše bude podloženo praktickou ukázkou - případovou studií o oživení staré oblíbené značky.
Příspěvek bude v anglickém jazyce bez tlumočení.
- 10:15 - 10:35 Marketing a správa sociálních sítí moderně aneb jak si můžete práci výrazně ulehčit**
Jakub Hrabovský - Jollor
Proměna firmy, která používá sociální sítě jen jako podporu marketingových kampaní, na podnik, který je sociálním médiem sám o sobě
- 10:40 - 10:50 Představení simulátoru krizové komunikace Flight School a pozvání na workshop**
Zdeněk Lokaj - Hill+Knowlton Strategies
- 10:55 - 11:25 Pojdte se s námi občerstvit**
- 11:25 - 11:45 Krizová komunikace na internetu aneb jak se neznemožnit a krotit vášně i davy**
Petr Krčmář - Internet Info
Velký průšvih, oznámení nepříjemné noviny nebo radikálních změn. To vše vytváří atmosféru napětí a z malé jiskry může vzejít plamen. Co dělat a co naopak nedělat v takové situaci? Jak si poradit s rozvášněným davem? Jak reagovat na nepříjemné a někdy neuctivé komentáře?
- 11:50 - 12:15 Krizová komunikace uzavření metra kvůli hollywoodským filmařům**
Aneta Řehková - Dopravní podnik hl. m. Prahy, akciová společnost, Jakub Salát - AMI Communications
V první části přednášky Jakub Salát z AMI Communications představí krizovou strategii a komunikační aktivity k třídnímu uzavření pražského metra hollywoodskými filmaři během natáčení filmu Child 44 (produkce Ridley Scott, režie Daniel Espinoza). Ve druhé části přednášky Aneta Řehková z Dopravního podniku hl. m. Prahy představí online aktivity pražského dopravce a přiblíží několik krizových událostí z minulosti s přesahem do digitální komunikace.
- 12:20 - 12:40 Brand PR**
Karel Novotný - MINDLESS
Je brand součástí PR? Je PR součástí brandu? A jak to s tím brandem vlastně vůbec je? Potřebujete rozumět značce svého klienta? A rozumíte své vlastní značce? Těšte se na příklady, rady a krapet legrace jako bonus. Protože přes stovky chytrých pouček — brand je jenom tak složitý, jak ho složitý chcete mít.
- 12:45 - 13:45 Oběd**

13:45 - 14:10 Udělejte ze svých zákazníků hvězdy

Romana Nýdrle - MAKRO Cash & Carry ČR, Ivan Tučník - Inspiro Solutions

Společnost MAKRO Cash & Carry ČR změnila v roce 2014 značku i obchodní formát a více se zaměřila na podporu malého a středního podnikání. S cílem oslovit tuto skupinu zákazníků zorganizovalo Makro první ročník soutěže Makro Dobrý podnikatel, v níž vyzdvihuje příběhy malých a středních podnikatelů. Základem nové úspěšné komunikační strategie je kombinace PR aktivit a online komunikace. Díky upozadění vlastní značky a podpoře zákazníků se do kampaně aktivně zapojily desítky zástupců cílové skupiny – úspěšných podnikatelů, a Makro posílilo image svojí značky.

14:15 - 14:35 Case study: projekt Výmoly.cz

Jiří Cívka - Generali Pojišťovna

Portál projektu Nadace pojišťovny Generali Výmoly.cz pomáhá zlepšovat aktuální stav silnic. Od startu projektu v roce 2011 bylo celkem nahlášeno takřka 4 800 výmolů. Projekt se stal již v roce 2011 vítězem prestižní soutěže Internet Effectiveness Awards (IEA) a obdržel Grand Prix – hlavní cenu soutěže udělovanou odbornou porotou jako Nejefektivnější internetové řešení roku 2011. Letos pak bodoval v soutěži Česká cena za Public Relations, odkud si odnesl hned čtyři ocenění.

14:40 - 15:00 PR malé firmy - zkušenosti novináře

Michal Kučera

Prezentace představuje případovou studii malé retailové firmy, která si dělá PR vlastními silami, a to jak online, tak v tištěných médiích. Vzhledem k tomu, že majitel firmy je bývalý novinář a lektor PR, který dobře zná obě strany ukáže, co funguje a co nefunguje v reálném světě.

15:05 - 15:35 Pojdte se s námi občerstvit**15:35 - 15:55 Startupy versus korporace. Kdo v PR umí lépe chodit?**

Michaela Papežová - ROCKAWAY CAPITAL SE

Platí přirovnání Davida a Goliáše a dynamické startupy vítězí na poli PR nad neobratnými korporacemi? Nebo je to ve skutečnosti naopak a startupům chybí dlouhodobá strategie, kontakty a zvládnuté řemeslo? V čem se oba tábory mohou od sebe inspirovat a kdo se ubírá tou kratší cestou do digitální éry? Startupy versus korporace: Let the battle begin!

16:00 - 16:20 Jak na zahraniční PR: zaměřeno na Slovensko

Pavel Šafránek - pavelsafranek.cz

Češi a Slováci. Blízké jazyky, podobné trhy = jednoduchá komunikace. Opravdu? PR konzultant s mezinárodními zkušenostmi vám prozradí, jak se lze dnes, v digitální éře, prosadit na slovenském trhu nejen pomocí online komunikace. Co tam funguje, v čem se z hlediska PR lišíme nebo jakou roli na Slovensku hrají sociální sítě? Konkrétní příklady a praktické tipy.

16:25 Předpokládaný konec konference

Workshop**13:30 - 16:20 Simulátor krizové komunikace**

Pavel Jína - Hill+Knowlton Strategies, Ivana Machoňová - Hill+Knowlton Strategies

Všechny tři workshopy jsou stejného obsahu a povedou je lektori Pavel Jína a Ivana Machoňová z Hill+Knowlton Strategies.