

Průniky televizní a internetové reklamy / HbbTV

4. října 2017 / 17:00 / Royal Vinohradská 48, 120 00 Praha 2

Program akce

Hlavní blok

17:00 - 17:10 Úvodní slovo

Matěj Novák - Cruxo

17:10 - 17:40 Červené tlačítko - brána do interaktivní televize

Tomáš Bičík - Nielsen Admosphere

Rozšíření chytrých televizorů roste, ostatně jiný televizor, než „smart“ už ani nekoupíte. Jsou ale televizní diváci dost „smart“ na to, aby pochopili a využívali vše, co jim aplikace chytrých televizí a hybridní online služby televizních stanic nabízí? Nejjednodušší je se televizních diváků zeptat: co si představí pod pojmem HbbTV nebo hybridní online televize, jestli už zmáčkli červené tlačítko a co se stalo...? Zmapovali jsme také bariéry, které musí televizní stanice a poskytovatelé aplikací u diváků překonat, aby je dostali z „off“ do „on“ modu. Ale jen budoucnost ukáže, jestli „jít po červené“, je ta správná cesta.

17:40 - 18:10 Jak v televizi vytvořit úspěšnou internetovou kampaň

Lukáš Hnilička - Hybrid Company

Stačí málo a můžete získat hodně. Hybridní televize HbbTV je fenoménem posledních let, který spojuje televizní a internetový svět z nichž má každý vlastní pravidla. Kdy je dobré přemýšlet televizně a kdy naopak internetově, aby kampaň měla CTR třeba 3 %, ukáže na příkladech Lukáš Hnilička z Hybridu.

18:10 - 18:40 Coffee break

18:40 - 19:10 Není už čas na změnu?

David Daneš - O2 Czech Republic, Dorota Kajfoszová - O2 Czech Republic

Jaký je rozdíl mezi online a offline televizí? Je tak velký rozdíl v technologiích? Kdy se tedy konečně bude plánovat offline stejně jako online. A co se pro to musí stát? Samé otázky, pořád samé otázky. A možná pár odpovědí.

19:10 - 19:40 Společné plánování TV a online videa z pohledu mediální agentury

Michal Charvát - Group M

Doba se změnila, TV a online již dávno nejsou dva oddělené kanály, které by bylo možné plánovat izolovaně a věta „chtěli bychom optimalizovat zásah napříč TV a online videem“ zaznívá z úst klientů čím dál častěji. Kdy to dává smysl a kdy ne? Co všechno je k tomu potřeba znát? Kudy cesta nevede? A proč není možné dostat jednoduchou odpověď typu „dejte do online videa xy procent rozpočtu a všechno bude fajn“? Odpovědi na tyto otázky jsme postupně nacházeli při vývoji vlastního nástroje pro společné plánování TV a online videa. Shrňme pro vás, co všechno jsme se při tom jako mediálka naučili, zjistili a jak to vlastně vidíme.

19:40 - 20:00 Cílení programatické reklamy v HbbTV

David Kratochvíl - R2B2

Programatická reklama si s sebou do HbbTV přináší výhody a možnosti, na které jsou inzerenti zvyklí z internetového prostředí. Kromě standardních vlastností programatické reklamy jako je dynamické časové plánování nebo například správa budgetů v reálném čase, mohou inzerenti využít cílení nebo retargeting.

Retargeting na internetu je dnes již nedílnou součástí snahy o dokončení nákupního cyklu. Jaké jsou možnosti retargetingu na televizní obrazovce? Na reálné kampani bude ukázáno, jakým způsobem byl retargeting využit a jakých výsledků s ním lze dosáhnout. V září tohoto roku představila společnost R2B2 automatizované obsahové cílení v HbbTV, které jednoduše osloví diváky aktuálně sledující obsah v TV. Jak dokáže reklama v HbbTV fungovat společně s lineárním televizním vysíláním? Kolik času šetří obsahové cílení nákupčím s výběrem správného obsahu a potažmo publika? I na tyto otázky bude odpovězeno během prezentace.

20:00 - 20:20 Panelová diskuse

Tomáš Bičík - Nielsen Admosphere, Martin Čelikovský - R2B2, David Daneš - O2 Czech Republic, Lukáš Hnilička - Hybrid Company, Michal Charvát - Group M, Dorota Kajfoszová - O2 Czech Republic, Matěj Novák - Cruxo

20:20 - 21:00 Networking