Internet Advertising Conference 2016

12. dubna 2016 / 9:00 / Clarion Congress Hotel Prague, Praha Freyova 33, 190 00 Praha 9 - Vysočany

Program akce

9:10 - 9:15 **Zahájení konference**

Kateřina Hrubešová - Sdružení pro internetový rozvoj, Helena Šulcová

9:15 - 9:30 **Na internetu přituhuje - všimli jste si?**

Ján Simkanič - Deník N

Internet už nemusí být takový jako dřív. Možná jste si toho nevšimli. Možná si myslíte, že se vás to netýká. Ale opak je pravdou - množí se pokusy, jak internetové prostředí pod záminkou dobrých úmyslů spoutat a dostat pod mocenskou kontrolu. A všichni víme, kam dobré úmysly vedou. Hrajeme o naši vlastní budoucnost.

9:35 - 10:05 **Blok o AdBlock**

Anton Boegler - AdBlock, Gabriel Cubbage - AdBlock

Blokování internetové reklamy je jedno z největších témat současného mediálního trhu vzbuzující vášnivé diskuse. Způsoby blokování reklamy se stále množí, jsou jednodušší a podíl uživatelů, kteří reklamu nezobrazují, postupně narůstá. Uživatelé si přitom často neuvědomují, že reklama je platidlem, kterým se za obsah platí. A že tím mohou způsobit svým oblíbeným médiím zásadní problém.
Skončí internetová reklama? Nebo bude obsah jen placený? Je legitimní zasahovat do fungujícího obchodního modelu? Co se dá od blokovačů reklamy očekávat a jaké mají plány? I o tom přijedou mluvit a debatovat pánové z **AdBlocku**.

10:05 - 10:35 **Adblocking – mapa bitevního pole**

Petr Bednář - VLTAVA LABE MEDIA

Kdo je kdo na poli blokování reklamy, kdo na něm vydělává a kdo prodělává a jak? Dokáže online industry zastavit roztáčející se spirálu smrti? Jaká řešení se vydavatelům nabízí?

10:35 - 11:05 **Coffee break**

11:05 - 11:50 **De Correspondent: obrana proti pravidelné dávce emocí**

Harald Dunnink - Momkai & De Correspondent, Rob Wijnberg - De Correspondent

Může být vedení žurnalistického webu prosperující byznys? Díky rekordní crowdfundingové kampani vznikla v roce 2013 holandská žurnalistická platforma De Correspondent. Tento start-up se snaží přecházet ze ‘zpráv‘ k ‘inovacím‘ a zdá se, že je tento koncept úspěšný. V lednu 2016 totiž De Correspondent získal už úctyhodných 45.000 platících odběratelů. Zakladateli projektu jsou žurnalista Rob Wijnberg a disajnér Harald Dunnink.
Prezentace bude probíhat v anglickém jazyce.

11:55 - 12:15 **Startupů je v Čechách málo, ale daří se jim**

Andrej Kiska - Credo Ventures

Proč je v Čechách mnohem méně startupů, než si myslíme, ale daří se jim lépe než v okolních zemích a náš stát to svojí angažovaností může akorát zkazit.

12:20 - 12:50 **Jak vznikalo e-Estonsko?**

Aet Rahe - ART IT Consulting

Prezentace popisuje proces vzniku a implementace konceptu „e-Estonia“ - kompletní elektronizace interakce mezi občanem a státní administrativou. Jaké jsou možnosti a úskalí přechodu z fyzických kartoték a šanonů na digitální platformu? Je digitální stát pro občany důležitý? A Je to v Česku možné?
Prezentace bude probíhat v anglickém jazyce.

12:50 - 13:50 **Oběd**

13:50 - 14:20 **Jak big data umožňují crossmediální měření v USA**

Paul Goode - comScore

Jak se vyrábějí detailní reporty crossmediálního výzkumu nezbytného pro mediální plánování, optimalizaci kampaní a programatický nákup? Case study společnosti comScore na datech z amerického trhu ukáže, jak jsou data z televizního, mobilního, desktopového a single source panelu kombinovaná s behaviorálními a demografickými údaji obrovského rozsahu, včetně řádově milionů komplexních uživatelských profilů, analytických dat z desítek milionů televizí a stovek milionů demografických profilů zákazníků.
Prezentace bude probíhat v anglickém jazyce.

14:25 - 14:55 **Programmatic není jen výkonnostní, ale i brandová disciplína**

Damian Huba - Google

Diverzifikace zařízení a komunikačních kanálů jde ruku v ruce se vzrůstající poptávkou po inteligentních, kreativních a poutavých kampaní. Těžiště prezentace leží v programatických řešeních, které přináší skvělé příležitosti při využívání existujících dat a automatizovaných procesů k budování bezpečné a výrazné online přítomnosti.
Prezentace bude probíhat v anglickém jazyce.

15:00 - 15:30 **Advertiser Edge – The New Programmatic Era**

Jesper Urban - Adform

Programatická reklama poskytuje marketérům možnost využívat velké objemy dat, díky kterým mohou přesně a efektivně oslovit své publikum. Jesper bude hovořit o nejnovějším vývoji v programatickém nákupu médií a hlavních nových trendech v celém odvětví. Zmíní se také o nejnovějších inovacích v Programmatic Direct, NHT detekci a Cross Device kampaních.
Prezentace bude probíhat v anglickém jazyce.

15:30 - 16:00 **Coffee break**

16:00 - 16:30 **Válečné zpravodajství a sociální média**

Kateryna Kruk

Kateryna vám dá nahlédnout do osobních pocitů aktivisty, který se snaží nezaujatě informovat o revoluci a válečném konfliktu, v nichž hraje hlavní roli propaganda a dezinformace. Nelze s propagandou bojovat za pomoci propagandy. Neexistuje způsob, jak se vypořádat s trolly, kromě toho nejjednoduššího- nevšímat si jich. Vzdělávání čtenářů a diváků o tom, jak propaganda a dezinformování funguje, by měla být jasná priorita každého člověka, který chce eticky komunikovat k masám.
Prezentace bude probíhat v anglickém jazyce.

16:35 - 17:05 **Matrix tě má. Velký bratr tě sleduje. Co bude dál?**

Petr Václavek - Impact & Echo BBDO

Dominantní část dnešního světa je pod vlivem digitálních obrazovek. Jsou branou do virtuálního světa, se kterým se postupně sžíváme do té míry, že s ním spojujeme své nejhlubší emoce a pocity. Dětem generace “Z” se díky konstantnímu napojení na virtuální realitu postupně mění vnímání a soustředění. Generaci “Alpha” je předpovídán vůbec nejrychlejší pokrok v historii lidstva. Máme se začít radovat nebo bát?

17:05 **Ukončení konference**

11:04 - 11:05 **Zahájení konference**

Matěj Novák - Czech Publisher Exchange

11:05 - 11:25 **Co může header bidding přinést vydavatelům a co inzerentům?**

Jiří Malý - Programmatic

Header bidding má zásadní vliv na fungování programatického nákupu a zažívá raketový růst. Proč? Co může vydavatelům a inzerentům přinést a jak jej mohou ihned začít používat.

11:30 - 11:50 **Data: Epizoda II - Síla se probouzí**

Lukáš Kružberský - Red Media

Získat data pro cílení kampaní už dnes není problém. Cena, kterou za ně platíte, ale často neodpovídá jejich reálné hodnotě. Klíčové je proto umět posbírat z různých zdrojů jen ta skutečně relevantní a sloučit je do funkčního celku. Pak dokážete zvýšit efektivitu kampaně o desítky procent. Chcete vědět jak, to v Red Media děláme?

11:55 - 12:15 **Programaticky nakupovaná videoreklama – hit letošní sezóny**

Stanislav Mottl - R2B2

Programaticky nakupovaná videoreklama zaujímá stále větší část trhu, zájem o ní se zvětšuje a je viděna jako prémiový formát. Nyní je to stále novinka a prochází poměrně rychlým vývojem, který do budoucna bude zrychlovat. Programatické video bude expandovat i do nových médií, mimo klasické internetové in-stream přehrávače. Což potvrzují dostupná data a Case study.

12:20 - 12:40 **Programmatic na Seznam.cz pohledem publishera**

Ondřej Krišica - Seznam.cz

Programatický prodej je aktuálním tématem všech médií při řešení prostoru pro růst výnosů. Jak se s programatickým prodejem zatím vypořádal Seznam.cz? Jaké má plány na rok 2016? Jaké možnosti nabízí pro české publishery? Co přinesly změny inzerentům?

12:40 - 13:50 **Oběd**

13:50 - 14:20 **Diskuse: Automatizované obchodování v roce 2016**

Matěj Novák - Czech Publisher Exchange, Tomáš Řehák - Programmatic, Martin Slavík - OMD Czech, Karel Tlusťák - ROIHunter.com, Tomáš Žlůva - ČSOB

Co chybí českému trhu do světové úrovně? Data: přeceňujeme je, nebo nedoceňujeme? Programmatické obchodování - máme se bát? Kam se to všechno řítí a jak si představujeme trh s reklamou v roce 2020?

14:25 - 14:55 **RTB a nativní reklama**

Tomasz Musial - Smart AdServer

Nativní reklama je v současnosti považovaná za nejrychleji rostoucí odvětví digitální reklamy, především proto, že ji neubírají síly fenomény jako bannerová slepota, AdBlock, spamový traffic nebo automatičtí roboti. Nativní reklama přivádí pozornost k inzerovaným produktům přirozenou cestou a nenarušuje celistvost webu. Výhody, plynoucí z přizpůsobení, UX a výkonu ji dělají jednu z progresivních programatických kanálů.
Prezentace bude probíhat v anglickém jazyce.

15:00 - 15:30 **Váš největší offline zdroj je vaše největší online příležitost**

Luis Baptista-Coelho - YEXT, Luboš Čipera - Mediatel

Jak prostřednictvím digitálních služeb zvýšit offline akce zákazníků. Příklady, statistiky, best practices a porovnání trhu v USA a v ČR.
Prezentace bude probíhat v anglickém jazyce.

15:30 **Ukončení programu v tomto sálu**

9:20 - 9:25 **Zahájení konference**

Vladimír Rejlek - Blue Style

9:25 - 9:45 **Uvedení nové vůně adidas Born Original za pomoci (nejen) YouTuberek**

Daniel Kafka - Fragile media

Úspěšně uvést na CEE trhy novou řadu vůní značky adidas čistě pomocí on-line nástrojů byla relativně složitá úloha. Jak jsme se se zadáním vypořádali, jaké byly výsledky spolupráce s influencery a YouTubery, a jak to nakonec dopadlo, se dozvíte v této case study.

9:50 - 10:10 **Zkušenosti a best practices cílení na publika**

Dominik Kosorín - Adform

Cílení na publika je skvělý způsob, jak na internetu oslovit přesně definovanou cílovou skupinu - ať to jsou třeba horolezci, zájemci o koupi nového auta nebo domácí kutilové. Jaké jsou reálné zkušenosti s cílením na publika v České Republice po roce a půl provozu? Nastíním jak o publikách vůbec přemýšlet, a podělím se o tipy a triky pro zdárný výsledek vaší kampaně.

10:15 - 10:35 **Zacilte přes PPC přímo na vaše zákazníky**

Jiří Novák - Proficio Marketing

Customer Match neboli cílení na e-maily je nyní dostupné kromě Facebooku i v AdWords. Přednáška bude o konkrétních tipech, jak využít emaily zákazníků při cílení v rámci remarketingu ve vyhledávání a na YouTube.

10:35 - 11:05 **Coffee break**

11:05 - 11:25 **Jak jsme dostali Tapito do světa?**

Sandra Gligić - Sun Marketing, Jan Řehák - TapMedia

Tapito je technologický startup s globálním potenciálem změnit způsob konzumace informací na mobilních zařízeních. Jde o mobilní aplikaci, která vznikla v létě 2015. Jak se plánuje pro takový projekt online marketing a jaké kanály je potřeba zařadit, abyste dosáhli co největšího počtu stažení aplikace a zároveň jste se vešli do rozpočtu?

11:30 - 11:50 **Opomíjené způsoby, jak z kampaně dostat více**

David Začal - Seznam.cz

Jste zastánci jednoduchosti? Baví vás rozhodovat se na základě dat a rádi se poučíte z úspěchu druhých? Chcete naučit vaši společnost či klienta správnému užívání zaběhnutých formátů reklamy namísto neustálého testování novinek? Hledáte jednoduché metriky k zjištění účinku vaší kampaně? Za deset let v Seznam.cz jsem posbíral spoustu poznatků a rád se o ně s vámi podělím. Ve své prezentaci vám představím několik ukázek ze své praxe.

11:55 - 12:15 **E-mail marketing aneb jak komunikovat se zákazníky v roce 2016**

Tomáš Růžička - VIVmail

Praktické ukázky pokročilé automatizace v e-mail marketingu na základě chování uživatelů. Ukázky případových studií od zákazníků. Nejnovější ukázky A/B testů. Inspirace, jak komunikovat se zákazníky a jak budovat silnou a čistou databázi zákazníků. Srovnání nástrojů pro odesílání newsletterů a jejich možnosti.

12:20 - 12:40 **Měření výkonu digitálních kanálů/touchpointů pro E.On**

Tomáš Holan - E.ON Energie, Luboš Plotěný - Sherpas

Jak kontinuálně porovnávat výkon webu s konkurencí, či s trend-settery z jiných oborů? Jak změřit nebezpečí ztráty zákazníka v případě, že máte selfcare pokulhávající za konkurencí? Jaké metriky sledovat při hodnocení carových a crosssellových kanálu a jak na jejich základě vytvářet akční rozvojový plán? Jak změřit, zda vaše e-mailová podpora opravdu dokáže naplnit svou funkci?

12:40 - 13:50 **Oběd**

13:50 - 14:10 **Až dodnes jsme video pro web dělali úplně špatně**

Robert Haas - SYMBIO, Kamila Kreilová - SAZKA

Všichni víme, že video patří mezi hlavní trendy v digitalu. Ale co když je jeho příprava příliš drahá a vlastně přesně nevíme, co na webu funguje? Do dnešní doby neexistovalo řešení a dokonce ani youtubeři nás nespasili. Cestu ukazuje agentura SYMBIO v kampaních pro Sazku.

14:15 - 14:35 **Jak zviditelnit značku na největším nákupním rádci? Případová studie: Co přineslo roční působení značky Marimex v Koutku značek a ProductAds na Heurece**

Jana Pavlíková - Heureka.cz, Lenka Vránová - Heureka.cz

Propagace produktů na Heurece není již jenom na samotných e-shopech. I značky stále více vnímají důležitost propagace svých produktů v online prostředí a své prodejce se snaží maximálně podporovat. Heureka jim v tom vychází vstříc prostřednictvím svých nových nástrojů. Na případové studii ukážeme, jak se daří tuto spolupráci zúročit pro značku Marimex, prodejce bazénů a saun.

14:40 - 15:00 **Mattoni: „Pojďme udělat kampaň s influencery“**

Jitka Altman - Karlovarské minerální vody

Nebyla to první a zdaleka ne poslední kampaň, kdy Mattoni spojila své jméno s celebritami mladé generace. Tradiční marketing funguje, ale co když sejdete z vyšlapané cestičky a svěříte svou kampaň do rukou YouTuberů? Co jsme vymysleli a že to skvěle fungovalo, to se dozvíte 12.4.

15:05 - 15:25 **Jak efektivně akvírovat zákazníky na Facebooku**

Petr Jelínek - Business Factory, Aleš Zavoral - PEUGEOT ČESKÁ REPUBLIKA

Když už data umíte sbírat, pracujte s nimi.

15:30 - 16:00 **Coffee break**

16:00 - 16:20 **See-Think-Do-Care koncept v praxi u Restu.cz**

Jan Šorm - Restu, Jan Šťastný - H1.cz

Příprava, realizace a výsledky konceptu See-Think-Do-Care u Restu.cz. Od vytvoření strategie, přes využití jednotlivých kanálů a jejich synergie až po konkrétní čísla a výsledky, které tyto aktivity přinesly. Součástí prezentace bude i „mini-casestudy“ o sociálních sítích – Facebook/Instagram.

16:25 **Ukončení programu v tomto sálu**

9:49 - 9:50 **Zahájení programu**

Ondřej Malý - Český telekomunikační úřad

9:50 - 10:10 **Implementace Nařízení o ochraně údajů a digitální společnost**

Mária Staňková - Seznam.cz

Jakým problémům budou čelit podnikatelé v online prostředí při implementaci GDPR (Nařízení o obecné ochraně údajů)? Dosud jsme možné problémy a hlavně to, co nás všechny čeká, tušili, nyní již víme. Pojďme se připravit!

10:15 - 10:35 **Objevili jsme ve snaze o aplikaci demokracie 2.0 nakonec znovu kolo, nebo se to všechno vlastně ví?**

Ivan Bartoš - Česká pirátská strana

Pojďme si říci, že politici již částečně chápou roli technologií ve státní správě jako něco, co je teda asi potřeba řešit. Piráti vidí elektronizaci jako klíčovou metodu, která vede nejen k zefektivnění, tedy i k úsporám v operativních nákladech státu, ale i jako cestu k posílení demokracie, možnosti kontroly výkonu státní moci a v neposlední řadě ke zvýšení pohodlí občanů. Nesmíme však po ni kráčet ve stylu: „Tunaj si to dám do toho počítača a tady mi to vyleze spočítaný."

10:35 - 11:05 **Coffee break**

11:05 - 11:25 **Online platformy, aneb digital dle EU**

Libor Manda - Seznam.cz

Představte si uměle vytvořenou kategorii, pod jejíž definici lze zahrnout de facto jakýkoli internetový portál. Přidejte strach z tržní síly, neznalost reálného fungování do ní spadajících služeb a volání po otevřenosti na hranici know-how. A doplňte neznámou v podobě skutečného zájmu EK. Nevíte o čem je řeč? Vítejte v debatě k „online platformám".

11:30 - 11:50 **Digitální stát z pohledu občana**

Martin Malý - Economia

Ani pět let od zavedení datových schránek s nimi nejsou stále některé instituce kompatibilní. Příčinou není jejich princip, ale přístup lidí. Jak je možné, že jinde to jde?

11:55 - 12:15 **Lesk a bída Digitálního Česka**

Jaromír Novák - Český telekomunikační úřad

Digitální Česko v praxi – fáze očekávání střídá fázi zklamání. Pohled bez růžových brýlí zevnitř státní správy.

12:20 - 12:40 **Nařízení o ochraně osobních údajů: konec internetového marketingu v EU?**

Michal Nulíček - ROWAN LEGAL, advokátní kancelář

V prosinci roku 2015 se Evropský parlament a Rada dohodly na kompromisním znění všeobecného nařízení o ochraně osobních údajů. Jaký bude mít nařízení dopad na oblast internetového marketingu? Na co si dát pozor při získávaní souhlasu se zpracováním osobních údajů a jak psát nové privacy policies? Odpovědi na tyto a další otázky bude hledat tato přednáška.

12:40 - 13:50 **Oběd**

13:50 - 15:20 **Workshop: Ochrana soutěže na internetu**

Jana Adamcová - Institut pro digitální ekonomiku

Workshop se bude věnovat aktuálnímu vývoji evropské regulace v oblasti ochrany soutěže na internetu v souvislosti s Digital Single Market. Účastníci workshopu obdrží v týdenním předstihu podklad, popisující dopady této evropské regulace na trh v ČR. O nich budou účastníci workshopu diskutovat a hledat možná řešení dalšího postupu. Moderuje Jan Klesla, vedoucí ekonomické redakce Lidových novin. Organizováno Institutem pro digitální ekonomiku a Konrad Adenauer Stiftung. Pod záštitou místopředsedy vlády pro vědu, výzkum a inovace Pavla Bělobrádka.

15:20 **Ukončení programu v tomto sálu**