

THE BEST OF CZECH PROMOTION SUMMIT

 CZECHPROMOTION

PROGRAM

14.00 – 14.40

AKREDITACE, OBČERSTVENÍ, NETWORKING

14.40

ÚVOD

Honza Coufal a Milan Drozen



14.45

NE VŠECHNY ZÁSAHY MAJÍ STEJNOU HODNOTU

Martin Kučera



Většina marketérů při výběru vhodného komunikačního média posuzuje jeho kvalitu z hlediska zásahu a ceny. Stačí to? Existuje ještě další významný parametr, který má vliv na výsledek kampaně – schopnost média získat pozornost diváka. Pokud daný typ média nebo reklamní formát není schopen získat pozornost diváka, je nulová šance, že bude fungovat. Věnujte pozornost této přednášce a udělejte svůj mediální mix více efektivní.

15.05

JAK SI RYCHLE VYHODNOTIT SÍLU ZNAČKY

Jakub Hořák



Roste nebo klesá vaše značka? Jak se daří konkurentům i celému segmentu ve kterém podnikáte? To jsou otázky, na které je dobré znát odpověď. Teď si představte, že existuje jednoduchý nástroj, který vám odpovědi pomůže najít a díky kterému můžete svá rozhodnutí opřít o data.

15.25

FUNKČNÍ MARKETINGOVÁ A KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Tomáš Chmelíček a Ota Nussberger



Jak to udělat, aby peníze vložené do marketingu nemizely v černé díře. Chystáte se investovat do komunikace? A víte, ke komu budete mluvit? A co mu budete říkat? A bude ho to zajímat? Jak udělat z marketingu dobře promazaný stroj, který generuje zákazníky a peníze, se dozvíte v této prezentaci.

15.45 – 16.00

PŘESTÁVKA

16.00

KDE A JAK?

Ondřej Bystroň



Jede to. Zákazníci jsou spokojení, vracejí se a noví přicházejí. Obrat jde nahoru. To je okamžik, kdy vás napadne otevřít další pobočky. Z nápadu je rozhodnutí.

Začínáte hledat nové místo a přemýšlíte. Kde otevřít? Nebudu kanibalizovat prodej stávající prodejny? Čím zaujmout nového zákazníka? Jak být efektivní? Představím vám, jak pomáháme našim klientům při tvorbě nové pobočky. A také vám ukáži, že většinu dat, která ke kvalifikovaným rozhodnutím potřebujete, už máte.

16.20

ZA VOLANTEM: HOMER SIMPSON

Michal Novák



Behaviorální ekonomie nás učí, že lidské chování je až z 95 % nevědomě iracionální. Částečně na tom nesou vinu tzv. kognitivní zkreslení, tedy systematické, opakované chyby ve vzorcích našeho myšlení.

Vyhledáváme spíše ty informace, které potvrzují naše názory. Velikost porce posuzujeme podle velikosti talíře a když na ruletě padne 7x za sebou červená, věříme, že je vyšší šance, aby v příští hře padla černá.

Kognitivní zkreslení iracionálně ovlivňují naše vztahy, práci, politické preference a samozřejmě i nákupní rozhodování. Jak je využít, abychom prodali více zboží, více lidem, za vyšší cenu, vícekrát?

16.40 – 17.00

PŘESTÁVKA

17.00

MOTIVACE BEZ MOTIVACE ANEB MOTIVACE VÁS NASTARTUJE – SPRÁVNÉ NÁVYKY UDRŽÍ V CHODU

Marian Jelínek



Ve svém vstupu vychází Marian z paradigmatu: „Pokud někoho musím motivovat, máme tu problém“. Nejen z historie lidstva, ale i z životních zkušeností úspěšných lidí lze potvrdit, že největších výkonů je člověk schopen paradoxně bez motivace. Respektive, že motivace je pouze sekundárním zdrojem energie. Přednáška bude zaměřena na dlouhodobou motivaci sebe sama v kontextu současné doby.

18.00 – 22.00

VEČÍREK