

Marketing 3.0

Cesta k mysli a srdci zákazníka

19. listopadu 2014
Paspův sál, Praha

PROFINIT
new frontier group

Emoce a komunikace. Používáme je všichni
– ve dne v noci, v zimě, v létě, bouřlivě
i flegmaticky.

Jakým směrem se ubírá způsob komunikace
s klientem?

Jak správně zacílit a využít big data ve vztahu
s klientem?

Jaké jsou žhavé trendy v oblasti digitálního
marketingu, obchodu nebo komunikačních
kanálů?

Registrace: 12:30 – 13:30

Kde: Paspův sál, Nádražní 43/84
150 00 Praha 5

Klíčoví řečníci

Roman Šiser

Česká inovace
Ambasador
inovací a změn
nejen v marketingu.



Karel Neuwirt

Nezávislý konzultant pro
ochranu osobních údajů
Komisař Rady Evropy
a Předseda UOOU.



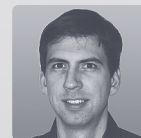
Jan Černý

Modgen
Průzkumník
v big data a umělé
inteligenci.



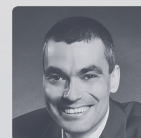
Pavel Vaněček

Česká spořitelna
Bojovník
za poznávání klientů
z jedniček a nul.



Jan Egem

KBM Group
Kapitán projektů
spojující zákaznická
data a kreativitu.



13:35 - 14:00

Reklama je opravdu navoněná zdechlina, ale co s tím?



Roman Šiser

Ředitel, Česká inovace

- › Jaké trendy v technologiích, demografii, nákupním chování a marketingu mění svět?
- › Marketing 3.0 - od naslouchání, přes vytváření obsahu až po dlouhodobou konverzaci s lidmi.
- › Předpoklady a přínosy moderního marketingu 21. století.

14:00 - 14:20

Connected Life: Češi ve světě internetu a médií



Tomáš Pflanzler

Head of Digital Research, TNS Aisa

Eva Králová

Head of Social and Syndicated Research, TNS Aisa



- › Jaká je současná role digitálních médií?
- › Jak se Češi liší v konzumaci médií od zbytku světa?
- › Jak se na internetu spojují se značkami a jaká motivace je k tomu vede?
- › Kde hledají informace o produktech a službách?
- › Češi ve světě internetu a médií.

14:20 - 14:40

Ochrana osobních údajů při marketingové komunikaci



Karel Neuwirt

Nezávislý konzultant pro ochranu osobních údajů, Komisař Rady Evropy a Předseda UOOU

- › Jak používat marketing a nedostat se do konfliktu se zákonem?
- › Jaká úskalí plynou ze zákona o ochraně osobních údajů?
- › Jaké důsledky plynou z rozsudku Evropského soudního dvora pro použití vyhledávačů?
- › Bude zavedena cenzura na Internetu?
- › Chcete se dozvědět o modernizaci legislativy pro ochranu osobních údajů v EU a v Radě Evropy?
- › Víte o rizicích vytváření profilů klientů?
- › Na co je nutno se připravit v souvislosti s novou právní úpravou EU pro ochranu osobních údajů?

15:10 – 15:25

Jak přetavit data v hodnotné informace, které nesou peníze



Martina Dvořáková

Senior Advisor, Customer Intelligence, Profinit

- › Jak řešíme časté otázky v oblasti Customer Intelligence?
- › Jak se zaměřit na zákazníka v produktově orientované firmě?
- › Jak se posunout od hromadění dat k cílenému zjišťování důležitých informací o klientech?
- › Jak data koncepčně zpracovávat, aby se výsledky v čase zlepšovaly?

15:25 – 15:35

Nahlédněte do budoucnosti propojením vašich dat s umělou inteligencí



Jan Černý

CEO, Modgen

- › Vidět do budoucnosti je odvěký sen lidstva.
- › Nyní máme k dispozici technologie, které to umožní.
- › Budoucnost můžete nejen předpovídat, ale také vědět, jak ji ovlivnit.

15:35 – 15:55

Jaké malé kroky dělá Spořka směrem k velkým datům



Pavel Vaněček

Head of marketing research and data mining, Česká spořitelna

- › Jak se v České spořitelně snažíme propojovat naše interní data (což samo o sobě je docela výzva), obohacovat je o výzkumná data a vařit z toho něco užitečného pro byznys.
- › Jak pracujeme na transformaci v direct marketingu nebo obecně v přístupu ke klientské spokojenosti od klasického hledání klientů pro produkty směrem k hledání řešení pro klienty.

16:25 – 16:40

Jak správně komunikovat nejlepší nabídku klientovi



Jiří Mach

Senior Advisor, Digital business, Profinit

- › Jsme schopni v reálném čase rozpoznat životní události a potřeby klientů.
- › Jak tyto cenné informace využít a jak naši nabídku komunikovat klientům?
- › Jak v tom mohou pomoci nejnovější trendy digitálního marketingu?

16:40 – 17:00

Jak propojit data z pohledu marketingu?



Jan Egem

CEO, KBM Group

- › Dat je všude kolem více než dost a firmy již bez problémů dokáží tato data sledovat a uchovávat.
- › Máme data z trafficu na webu, z transakcí, z facebooku, z emailingu, sledovanost televize, atd.
- › Tato data jsou ale sledována a vyhodnocována odděleně.
- › Největší výzva dneška je v propojování různých zdrojů dat a jejich využití pro marketingové účely.

17:00 – 17:10

Shrnutí konference



Tomáš Krátký

Director, Products and Services, Profinit

- › Závěrečné shrnutí celé konference.

17:10 – 17:30

Panelová diskuze



Tomáš Poucha

Výkonný ředitel, Marketingový institut

- › Závěrečná panelová diskuze.

Online registrace:
<http://goo.gl/rGVyaO>

takeplace



Diskuze na konferenci:
<http://goo.gl/kILFoQ>

slido



Partneři:



Mediální partneři:

iDNES.cz

jobDNES.cz

IT Systems