

# Program konference DNY **DIRECT** MARKETINGU

## 2. – 3. 9. 2009

### Hotel Pyramida, Praha 6



Generální partner:



Zlatí sponzoři:



Stříbrní sponzoři:



Bronzoví sponzoři:



Organizuje:



Partnerská asociace:



Hlavní mediální partner:



Mediální partneři:



## 2. září 2009

8.30 – 9.00  
9.00 – 9.10

Registrace účastníků  
Úvod konference

### ČÁST NEADRESNÝ MAILING

9.10 – 9.40 Neadresný mailing pohledem zevnitř



Vše o neadresném mailingu a distribuční společnosti, netradičním pohledem. Prezentace bude popisovat proces zakázky neadresné distribuce, jak začíná a končí proces neadresné distribuce. Co se odehrává za dveřmi distribuční společnosti.

**Michala Malčíková**, obchodní ředitelka, Česká distribuční  
**Martin Kučera**, člen představenstva, Česká distribuční

9.40 – 10.15 Jak maloobchodní řetězce využívají neadresně distribuované letáky

Koncepty periodických letáků. Frekvence, cílení, speciální projekty. Kvalita distribuce letáků v Česku.

Panel zadavatelů neadresné distribuce moderuje  
**Tomáš Pavlíček**, ředitel, C-Print

Účastníci: Zástupci maloobchodních sítí

10.15 – 10.30 Coffee break

### ČÁST DIRECT MAIL

10.30 – 11.15 Nejlepší české direct mailové kampaně v podání jejich autorů z kreativních oddělení agentur



Své hosty, tvůrce českých DM kampaní a účastníky soutěže Český direkt,

uvede **Tomáš Hájek**,  
výkonný ředitel ADMAZ

**Jan Havlíček**, kreativní ředitel, Ogilvy  
**Richard Stiebitz**, kreativní ředitel, Wunderman

11.15 – 11.35 Direct mail – nové možnosti výroby a distribuce

Webové služby otvírají nové možnosti kombinace klasického direct mailu.

Kombinace DM a webového dotazníku – tento způsob zvyšuje response a snižuje náklady, webové publikování poštovních dokumentů snižuje náklady a zvyšuje možnosti variabilní reklamy.

Web to print (direct mail) snižuje administrativu řízení zakázek, zvyšuje produktivitu výroby, automatizuje proces opakovaných zakázek.

**Miloš Červinka**, ředitel, INFAS

11.35 – 11.55 Obchodní dopisy, které dokázaly prodat

Ukázky úspěšných nabídkových dopisů z historie direct mailu převážně britské a americké provenience. Podívejte se, jak vypadaly inteligentní nabídky, které měly úspěch při prodeji produktů a služeb.

**Alan Ostárek**, vedoucí projektu idirekt.cz, B2B Media

11.55 – 12.15 Trans promo

Obchodní nabídka umístěná přímo na transakčním dokumentu – segmentovaná a přesně zacílená díky pochopení zákazníka, vycházející ze znalosti transakčních dat. Několik případových studií ze zahraničí představí poskytovatel této služby v Česku.

**Robert Domnosil**, ředitel, Boom Tisk

12.15 – 12.30 Cílem je spokojenost a loajalita klientů



Dodavatelé služeb budují prostřednictvím tištěných výpisů za služby (transakčních tiskovin) vztah se svými klienty. Přejít na transpromo či další formy One-to-One marketingu je v následujícím období pouze otázkou aktuální potřeby nebo příležitosti dodavatele služeb.

**Pavel Tabášek**, obchodní ředitel, Impromat (Infoprint Solutions Company), Praha  
**Martin Novotný**, odborný konzultant, Grafie CZ, Praha

12.30 – 13.30 Oběd

### HLAVNÍ HOST PRVNÍHO DNE

13.30 – 14.15 Direct Marketing in 2009 - Media, Markets, Metrics & Morals

Diskuse o enormních změnách, které hýbou dnešním světem, a o tom, že porozumění direct marketingu může být tím, co potřebujeme k jejich překonání.

**Rory Sutherland**, Creative Vicepresident, OgilvyOne Worldwide

### ČÁST KLIENTI A AGENTURY, DATA, VĚRNOSTNÍ PROGRAMY

14.15 – 14.45 Jak ŠkodaAuto marketingově podporuje dealerskou síť?



Práce s daty a využívání direct marketingu při podpoře dealerské sítě ŠkodaAuto. Společná prezentace zástupce klienta a marketingové agentury

**Miroslav Cimr**, Komunikace – Česká republika, ŠKODA AUTO  
**Václav Filip**, Business Director, Lighthouse Marketing Solutions

14.45 – 15.05 Direct marketing – Od vize ke kampaním a z kampaní výsledky!

- Zamyšlení nad tím, jak převést vizi do reálných výsledků.
- Příklady z praxe.

**Lucie Staňková**, Business Consultant, SAS Institute

15.05 – 15.20 Coffee Break

15.20 – 16.00 Panelová diskuse ředitelů reklamních agentur

Ustoupí klasický direct marketing v budoucnu online komunikaci nebo budeme svědky rostoucí integrace těchto kanálů? Zákaznická data jsou klíčem k úspěšnému direct marketingu. Jak tohoto faktu využívají specializované agentury a jaké zde vidí nové příležitosti?



Účastníci, ředitelé agentur:  
**Nada Šolcová**, Mather RMG,  
**Pavel Matějčík**, OgilvyOne  
**Marek Řídký**, Underline  
**Evžen Drtina**, Wunderman

Moderuje: **Jakub Oth**, B2B Media

### 16.00 – 16.30 Budeme mít Nectar v Česku?



Nectar, multibrandový věrnostní program, je skvělá myšlenka. Navíc orientovaná na zákazníka. Bude projekt Nectar inspirovat velké hráče na českém trhu?

**Nada Šolcová**, ředitelka, Mather RMG

### 16.30 – 17.00 Úspěšná segmentace pro Rusko



Segmentaci 50 mil. zákazníků na ruském trhu pro společnost MTS, největšího mobilního operátora v Rusku, realizovala na přelomu roku 2008 a 2009 česká pobočka agentury Wunderman.

**Milan Janecký**, Team leader, Wunderman

## 3. září 2009

8.30 – 9.00  
9.00 – 9.10

Registrace účastníků  
Úvod konference

### ČÁST DIGITAL MARKETING

#### HLAVNÍ HOST DRUHÉHO DNE

### 9.10 – 9.50 Umění konverzace v digitálním světě



Středem pozornosti dnešního marketingového světa je digitální konverzace, a to jak se zákazníky, tak i mezi nimi navzájem. Pro obchodníky neexistuje nic cennějšího, pro agentury není větší výzvy - zvláště dnes, kdy jsou informace o zákazníkovi dostupné doslova všude a v reálném čase.

V dnešní době máme jedinečnou možnost zkvalitnit komunikaci se zákazníkem v takové míře, jako ještě nikdy dříve. Daniel Morel bude hovořit o tom, jak mohou být obchodníci, kteří správně využívají svých datových zdrojů o několik kroků napřed při vytváření přesvědčivé komunikace. A to zvláště ve světě, kde je vše digitální.

**Daniel Morel**, CEO Wunderman Worldwide

### 9.50 – 10.30 Internet Effectiveness Awards



Vítězové české Internet Effectiveness Awards představí úspěšné případové studie z českého trhu.

**Tomáš Jindříšek**, ředitel, OgilvyInteractive  
**Daniel Kafka**, marketingový specialista, První multimediální  
**Robert Haas**, marketingový a obchodní ředitel, SYMBIO

### 10.30 – 10.50 Český Neckermann boduje na internetu



S Neckermannem si v NeckCasinu zahrálo už více než sto tisíc stávajících zákazníků a připojily se desetitisíce nových hráčů. Úspěšný projekt na [www.neckerman.cz](http://www.neckerman.cz) je dílem české kanceláře Neckermannu.

**Bohumil Karafiát**, ředitel, Neckermann ČR

### 10.50 – 11.05 Coffee break

#### DIGITÁLNÍ PŘEKVAPENÍ

### 11.05 – 11.40 What's going on(line), these days?



Nechte se inspirovat nejlepšími digitálními kampaněmi, které v poslední době vznikly v dílně These Days. Některé jsou lokální, některé globální, všechny jsou kreativní a účinné.

**Samuel De Volder**, Creative Director, These Days

### 11.40 – 12.10 Direct Response kampaně na mobilním telefonu



Prezentace představí mobilní telefon jako nový reklamně komunikační prostředek a jeho výhody oproti již zavedeným mediatypům. Součástí prezentace bude vysvětlení možností reklamy na mobilních telefonech a demonstrace ukázkového příkladu reklamní kampaně velkého inzerenta realizované pomocí zaslání cílených SMS a MMS zpráv a její výsledky.

**Michal Němec**, Vice President Portal & Content Services, T-Mobile Czech Republic

### 12.10 – 12.30 Úspěšné světové virální kampaně



Jaký musí být virální spot, aby podpořil vaši komunikační kampaň? Podívejte se na virály, které to dokázaly.

**Dana Nováková**, Client Service Director, Underline

### 12.30 – 13.45 Oběd

### 13.45 – 14.15 Trendy v dialogu se zákazníkem



Inovativní koncepce cross-mediální komunikace dokáže zajistit účinnost reklamy v době, kdy jsou lidé masovou reklamou přesyceni. Nové možnosti a trendy budou demonstrovány na příkladu Scouting Tour do Japonska.

**Marcus Wailersbacher**, General Manager, defacto marketing GmbH

### 14.15 – 14.35 Prediktivní behaviorální cílení aneb Velký bratr se dívá :o)



Jak se bude měnit internet s využitím prediktivního behaviorálního cílení. Prezentace úspěšné případové studie

**David Němec**, Marketingový ředitel, Internet Billboard

### 14.35 – 14.50 Coffee break

#### ČÁST CALL CENTRA / KONTAKTNÍ CENTRA

### 14.50 – 15.20 Kam směřují kontaktní centra – Strategie pro úspěšný cross selling



Přednáška se zaměří na nové strategie prodeje v měnícím se prostředí kontaktních center a direct marketingu.

**Jozef Biroš**, ředitel, Proveon

### 15.20 – 15.50 Využití kontaktního centra v rámci marketingové kampaně



Jak zapojit kontaktní centrum do vaší kampaně. Pasivní a aktivní telemarketing. E-mailing a sms. Příklady z praxe.

**Miloslav Pexa**, ředitel, Cortex

### 15.50 – 16.20 Propojení call centra a databázových služeb



Ukážeme vám jak koordinovat tato zdánlivě odlišná odvětví, která jsou ve skutečnosti velmi silně propojena. Výsledkem jsou marketingová řešení, která vedou k úspěšnému prodeji a kvalitní péči o vaše zákazníky.

**Robert Stehlík**, ředitel, Dinsight

Simultánní tlumočení z AJ do ČJ zajištěno.  
WiFi připojení internetu v sále konference

Případné změny programu vyhrazeny

# iDIREKT

## Server pro direct a digital marketing

Zpravodajství

Případové studie

Konference

- Digital marketing, Direct marketing
- Direct mail, Neadresný mailing, Distribuce
- SEO, SEM, Sociální sítě, E-mailing
- Data marketing, Věrnostní programy
- Call centra, Péče o zákazníky

Marketingové zpravodajství

Dne 19. června 2009 byl spuštěn nový český server iDirekt.cz, který se jako první u nás zaměřuje na oblasti digital a direct marketing. Přináší mimo jiné aktuální informace, zajímavosti, případové studie a tipy pro úspěšný on-line a mobilní marketing, e-mailing, direct mail a výsledky světových soutěží. Provozovatelem stránek je B2B Media s.r.o., která od roku 2006 vydává papírový Direkt, první český časopis specializovaný na direct marketing.

Číst celý článek



<http://idirekt.cz>