

## Marketing festival 2019

**Marketing festival je každoročně jednou z nejsledovanějších akcí marketingového světa u nás. Ten letošní se odehrál v Kongresovém centru v Praze. Jako již tradičně přinesl lavinu originálních myšlenek, silných názorů od řečníků z celého světa a taky trochu toho boření mýtů. Nejsilnější momenty z něj zachytil a popsal Tomáš Jukl z agentura LCG New Media.**

### Ukažte mi data

Hned po úvodním slovu Jindřicha Fáborského, který za Marketing Festivalem stojí již od jeho začátků, přišel na pódium Will Reynolds, zakladatel Seer Interactive. Hlavním point přednášky tohoto energického a poutavého řečníka spočíval ve faktu, že máme často tendence slepě následovat nové trendy – a přitom stačí se podívat na data, která máme k dispozici, abychom poznali, že některé věci ještě nedozrály nebo jsou prostě jen nafouknutou bublinou.

Třeba o technologii Voice Search se mluví už víc než rok s tím, že má tvořit až polovinu všech vyhledávání. Data ale jasně ukazují, že taková věc zdaleka není tak horká. Nevěřte slepě lidem, co jako argument používají pouze „moje zkušenost ukazuje, že...“. Stačí se podívat na čísla, která máme k dispozici, tedy jak říká Will, „show me your data“. Tak nějak jsme tušili, že některá z dalších přednášek přesně tady trochu narazí.

A byla to hned ta následující (pokud tedy nepočítáme zajímavý rozhovor s Christopherem Wylie, bývalým zaměstnancem nechvalně známých Cambridge Analytica). Jono Alderson z Yoast (jedna z top SEO firem), který mluvil právě o nových trendech ve své přednášce [Digital Marketing Is Dead: Survival Tips for What Comes Next](#). V závěru jeho prezentace plně nových trendů padl dotaz z publika, zda-li má pro svá tvrzení nějaká data. Odpověděl, že ne, ale že má zkušenosti...

### Mozek je věc záluďná

Velmi zajímavým příspěvkem bylo povídání Dana Arielyho, jinak profesora behaviorální ekonomiky na Duke Univerzity v Severní Karolíně a autora u nás hodně známé knihy Jak drahé je zdarma. Ten mluvil o svých výzkumech v oblasti motivů lidského chování a jak lze tyto poznatky využít v marketingu. Jak lidé reagují na slevy? Jak vnímají peníze? Jak důležitý je kontext celé situace? Jak lze motivovat někoho k určitému ekonomickému chování? A ano, všechny poznatky stály nejen na obecných zkušenostech, ale především na číslech.

Pokud jste doposud žili v přesvědčení, že kreativita je pouze záležitostí talentu a momentálního rozpoložení, pak by vás mohla zajímat přednáška Kirsty Hulse. Jde o zakladatelku ManyMinds – velmi specifické digitální agentury, která propojuje a využívá množství nadaných freelancerů napříč celým světem. Kirsty je zastánkyní názoru, že kreativitu lze naučit, trénovat a neustále zlepšovat. Podobně jako lze trénovat jiné mozkové funkce a dovednosti, můžeme i zlepšovat svou schopnost tvořit a přinášet nové nápady. Navíc se Kirsty dříve aktivně živila komediálním standupem, takže její přednáška patřila k těm nejzábavnějším.

### Pěkně od plic

Určitě zajímavé byly i přednášky Josefa Havelky, Samuela Scotta nebo Stéphanie Hamela, ale osobně pro mě nejlepší (a nejúdernější) myšlenky přišly v úplném závěru. S přednáškou Marka Ritsona. Profesor z Melbourne Business School je zkušený konzultant brandingů třeba pro Sephora, PepsiCo, Johnson & Johnson a řadu dalších. Ritson je otevřený, upřímný, zábavný, ale zároveň se nebojí jít tvrdě do nejnámějších firem a brandů nebo se opřít do nových trendů a tendencí marketérů se příliš uzavírat ve svých vlastních egoistických představách. Mimo jiné zde také přednesl 5 zásadních otázek pro

branding a positioning, na které firmy již často zapomínají a kterými by se měly řídit především.

Ritsonovy myšlenky tak vlastně skvěle navázaly na úvodní ideu Willa Reynoldse nenechat se strhnout trendy a věřit selskému rozumu a datům.

### **Kontakt pro média:**

#### **Martin Eckstein**

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: [martin@eckstein.cz](mailto:martin@eckstein.cz)

---

### **O LCG NEW MEDIA:**

*LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizčních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na [www.lcgnewmedia.cz/](http://www.lcgnewmedia.cz/).*

---