

Konference Multichannel & Data & Trendy: S novým názvem přicházejí nová témata

PRAHA, 17. února 2016 - Nové informace, nové nápady, nové kontakty. Tak zní motto již tradiční konference Multichannel, která letos přichází s pozměněným názvem „Multichannel & Data & Trendy“. Právě nové trendy spojené se stále důležitějším fenoménem efektivního zpracování dat budou jedním z výrazných témat konference. Otázka, na kterou budou letošní řečníci hledat odpověď, přitom zůstává stejná: Jak zvládnout váš byznys v náročné multikanálové době.

Konference Multichannel & Data & Trendy se letos koná již počtvrté a v předchozích letech na ní vystoupilo téměř pět desítek inspirativních řečníků především z oblastí managementu a marketingu.

„Pro Multichannel 2016 se nám podařilo zajistit rekordní množství řečníků. I proto jsme se rozhodli odpolední část programu rozdělit do dvou samostatných paralelně probíhajících bloků, z nichž jeden bude více zaměřen na datovou analýzu, druhý na trendy. Účastníci si tak budou moci zvolit ty přednášky, které je nejvíce zajímají,“ přiblížil formát letošního Multichannelu **Tomáš Hájek**, výkonný ředitel pořádající asociace ADMEZ.

„V letošním roce jsme se mimo jiné rozhodli zaměřit na stále aktuálnější téma využití dat v kontextu online marketingu a digitální transformace. Program ale slibuje zajímavá vystoupení nejen předních tuzemských specialistů na analýzu dat a datovou žurnalistiku, ale i dalších inspirativních řečníků,“ doplnil **Tomáš Jindříšek**, Managing Partner digitální agentury DARK SIDE, která konferenci spolupořádá.

Mezi očekávanými hosty se objeví například **Tomáš Růžička** - specialista na online marketing a e-mailing. Současný CMO ve společnosti VIVmail.cz o e-mail marketingu přednáší na VŠE nebo ČZU v Praze a na konferenci Multichannel vystoupí s přednáškou „**Budujte e-mailingem spokojené zákazníky co rádi utrácení**“. V té se bude věnovat automatizovaným kampaním s cílenou nabídkou, které dokáží vydělávat peníze a zároveň zaručit spokojenost zákazníků. Na něj naváže **Zdeněk Pejcel**, Account Executive CZ&SK v Salesforce.com, se svou přednáškou „**Nakupování jako osobní zážitek**“.

S přednáškou „**Wearables a reklama – má to vůbec cenu?**“ vystoupí Executive Director společnosti Ipsos UU **Eva Veisová**. Hlavním bodem její přednášky bude, jak už název napovídá, nositelná elektronika a to, jak ji využít v kombinaci s dalšími kanály k posílení interakce se zákazníky. Eva se už více než šestnáct let pohybuje v oblasti výzkumu trhu, v letech 2010-2012 byla ředitelkou Synovate pro ČR a Slovensko. Dříve působila na Univerzitě Karlově, v současnosti mimo jiné přednáší na VŠE v rámci kurzu Market Research Academy.

Dále se představí například spoluzakladatel agentury H1.cz **David Špinar**, který se podívá na budoucnost reklamy podle Googlu nebo zakladatel MORIS design **Radomír Klofáč** se zamyšlením nad propojením online světa s nákupním zážitkem v místě prodeje. **Milan Zvára** z digitální agentury DARK SIDE se pak zastaví nad současným fenoménem Youtuberů jako

prodejního nástroje a **Jan Havlíček** s **Dominikem Hrodkem** přiblíží na příkladu projektu Česko v datech současnou datovou žurnalistiku a možnosti jejího využití.

Mezi dalšími potvrzenými řečníky jsou **Tomáš Votruba** z TL5 Digital, **Vratislav Sejk** z Unicorn Systems, Managing Director Actum+ Michal Popelář, vizuální facilitátor a trenér **Beata Brosková** nebo **Ondřej Šuch**, manažer Nadace ČEZ.

*„Tradicí se stala už i závěrečná afterparty,“ připomíná výkonný ředitel asociace ADMEZ **Tomáš Hájek**. „Stejně jako při ostatních našich akcích, i v případě Multichannelu klademe důraz nejen na kvalitní a přínosný obsah jednotlivých přednášek, ale i na možnosti následného networkingu,“ dodal Hájek.*

Multichannel & Data & Trendy se uskuteční **31. března 2016 od 9 hodin** v budově **OKsystem, Na Pankráci 1690/125, Praha 4** a v případě včasné registrace můžete získat výraznou slevu. Pokud se registrujete do 11. března 2016, je cena vstupenky 3900,- Kč bez DPH. Při registraci od 12. března pak činí cena vstupenky 4900,- Kč bez DPH.

O agentuře DARK SIDE

Agentura DARK SIDE realizuje online a marketingové strategie, webové prezentace, online kampaně, konzultační činnost, e-commerce, sociální média, mobilní řešení, direct marketing, věrnostní programy a další. Svým klientům zajišťuje také PR a organizaci eventů. Výrazně překračuje hranice digitálního světa a nabízí unikátní kompetenci v oblasti propojení standardních a digitálních marketingových kanálů. Mezi klienty patří významné zahraniční i české firmy, jako je Nestlé, Danone, ČSOB, Uniq, obchodní centra Chodov & CČM, Mountfield nebo Zásilkovna.cz.

O asociaci ADMEZ

ADMEZ (asociace direct marketingu, e-commerce a zásilkového obchodu) je profesním sdružením firem podnikajících v přímém marketingu a prodeji na dálku. V rámci České republiky je členem Svazu obchodu a cestovního ruchu, na mezinárodním poli pak Evropské konfederace kontaktních center (ECCCO) a Federace evropského přímého a interaktivního marketingu (FEDMA). ADMEZ kromě konferencí organizuje vzdělávací a poradenské aktivity v rámci tzv. Eshop klubu, rozvíjí řadu projektů pro call centra nebo spolupořádá soutěž Český direkt & promo. Spolupracuje s řadou jiných profesních organizací a vzdělávacích subjektů.

Kontakt pro novináře:

Jana Ulipová

PR manager

Tel.: +420 728 817 711

jana.ulipova@dark-side.cz