

ONDŘEJ OBLUK

GROUP MANAGING DIRECTOR, OGIIVY & MATHER PRAGUE

PIAF považují za jednu z mála příležitostí, kde se opravdu setkává česká reklama se světovou. Profesionálové, jak z reklamních agentur, tak i marketingových týmů klientů, by si konferenci neměli nechat ujít.

MILAN HEJL

MANAGING PARTNER, AMI COMMUNICATIONS

Díky PIAFu vypadají české konference jinak. Skvělí hosté a poutavé aranžmá nastavili nový standard, který musí ostatní pořadatelé dohánět.

VLADIMIR REJLEK

DIRECTOR, CLIENT SERVICES, WUNDERMAN PRODUCTION EMEA

Sleduji PIAF od jeho zrodu. Gením si na něm nejen u nás bezkonkurenční koncentrace mezinárodního know-how. Program konference respektuje skutečnost, že digitální komunikace je dnes nutnou součástí každého konceptu. Festival oslovuje jak zadavatele tak agentury. Je jednou z mála příležitostí, kde se obě tyto skupiny smysluplně setkávají a vzájemně inspirují.

MARTIN KLČO

MANAGING DIRECTOR, LEO BURNETT ADVERTISING

PIAF se stal klíčovým festivalem roku zaměřeným na kreativitu. Aktuální témata, skvělá atmosféra, užitečný úhel pohledu „tuzemsko setkává svět“ na kreativní práce, diváky provokující světoví řečníci – to vše každý rok přináší obrovskou inspiraci! Je dobré, když klienti i kreativci v dnešním uspěchaném reklamním životě dopředu žádají, aby se mohli zúčastnit takové konference. Přidaná hodnota, nula promarněného času.



GENY VSTUPENEK

Flyer (pouze pro členy AKA) <i>Plný vstup na všechny akce festivalu</i>	14 500 CZK
Exclusive pass <i>Plný vstup na všechny akce festivalu</i>	9 950 CZK
Conference pass I. Sport 2017 <i>Vstup na konferenci a workshopy 23. 5., Shots in the dark</i> <i>*Sleva pro sportovní svazy, kluby a státní správu 30 %</i>	6 000 CZK
Conference pass II. Ikony, hrdinové, influenceři a opinion leaders <i>Vstup na konferenci a workshopy 24. 5., Shots in the dark, Best of PIAF 2017, Party</i>	8 000 CZK
Best of... PIAF 2017 <i>Slavnostní předávání cen + Party</i>	1 800 CZK
Party	500 CZK

Také si můžete pořídit vstupenky na jednotlivé workshopy a semináře. Pro hromadné objednávky jsou připraveny množstevní slevy. Všechny informace a nákup vstupenek on-line na www.piafawards.com.

KDO MÁ VLASTNĚ VLIV?

OGILVY LONDON

LAVI NA PRODEJ *OBOD*

KUPTÉ SI
COX

BRIAN COX,
INFLUENCER

ŘEMESLNÍK
SPONZORUJE
ITALSKÝ
FOTBAL
RENAULT
A PUBLICIS
ITALY

PRAHA
PORÁŽÍ
NEW YORK
NA FACEBOOKU
HL. M. PRAHA

ZNAČKA VAVŘINEC HRADÍLEK
VAVŘINEC HRADÍLEK

ZÁKAZNÍCI LŽOU
A NEKUPUJÍ
PAUL ARNOLD

IKONY
HRDINOVÉ
INFLUENCERŮ
OPINION LEADERS
SPORTOVNÍ MARKETING

23. – 24. KVĚTNA 2017, PRAHA



www.piafawards.com



23. 5. SPORT 2017

JAK POROZUMĚT VAŠIM FANOUŠKŮM?

KRISTIAN GOTSCH

CLIENT SERVICES DIRECTOR EMEA, TWO CIRCLES

Je to banda nezvladatelných nadšenců, nebo se s nimi dá pracovat ve prospěch značky?

JIHOČESKÝ HOKEJOVÝ ZÁZRAK

TOMÁŠ KUČERA

ŘEDITEL MARKETINGU A PR ČEZ MOTOR ČESKÉ BUDĚJOVICE

Včely jim ulítly do Hradce Králové. A stejně mají na stadionu narváno.

ZAPOJENÍ FANOUŠKŮ MOC PENĚZ NESTOJÍ

EDWIN FROMA

HEAD OF MARKETING, FC GRONINGEN

Musíte vyhrát ligu, aby vás milovali? Nikoliv.

RE-FRESH T-MOBILE OLYMPIJSKÉHO BĚHU

MAREK TESAŘ

ČOV, KONZULTANT PRO MARKETING

Další běh? A není jich už dost?

JAK SE PASE PINGPONGOVÉ PRASE

M. TOŠENOVSKÝ, M. HILLOVÁ

CHIEF EXECUTIVE DIRECTOR, EVENT SPECIALIST

Narodil se silný ročník českého stolního tenisu. U kulatého stolu!

ZNAČKA VAVŘINEC HRADÍLEK

VAVŘINEC HRADÍLEK

VODNÍ SLALOMÁŘ

Být svůj něco stojí. A něco to i vydělá.

COPA90 – FOTBAL MĚNÍ PRAVIDLA HRY

PHILIP MITCHELSON

MARKETINGOVÝ ŘEDITEL, BIGBALLS MEDIA

On-line sport je příležitost pro značky.

Sportovní i sponzorské.

ADIDAS A NIKE: JEDINEČNÁ FOTBALOVÁ HRA

KARL LUSBEC

SENIOR KEY ACCOUNT MANAGER, FOOTBALL AT TEAMUP CONSULTING LTD

Strhující zápasy na krev (které vedou mezi sebou soupeři).

JAK VYUŽÍT SÍLU SPORTU PRO RŮST ZNAČKY

JOACHIM LANGE

ZAKLADATEL, PORADENSKÁ AGENTURA COMASCO

Pracoval na straně sportovců, na straně sponzorů i mezi nimi. Ví své.

AKTIVACE PARTNERSTVÍ – SWIX NA JIZERSKÉ 50

P. LEŠEK, J. WEISSHÄUTEL

MANAGING DIRECTOR RAUL, SALES AND MARKETING DIRECTOR SWIX

Sponzoring = práce navíc. Ale kdo maže, ten jede.

SPORT A PIVO – CO BY SE TAK MOHLO POKAZIT?

GRANT MCKENZIE

MARKETING & INNOVATION DIRECTOR, PLZEŇSKÝ PRAZDROJ & PIVOVAR Y TOPVAR

Sponzoring vyžaduje strategii a aktivaci. Jinak je to vyhazování peněz.

SHOTS IN THE DARK

ZADARMO, PROTOŽE K NEZAPLACENÍ!

WORST PRACTICE

PRCHAL, HLAVICA, JELÍNEK, OTRADOVEC, KRÁTKÝ

Místo machrování se uznávání profíci přiznají ke svým propadákům. Machrování na druhou!

VIDÍME REKLAMU ZA VŠÍM

MARKETHING

Spousta báječné kreativy leží ladem na Internetu. Studenti se jí chopili.

ZAKÁZANÉ OVOCE

LADISLAV ŠTASTNÝ

VÝKONNÝ ŘEDITEL, RADA PRO REKLAMU

Tak tyhle reklamy fakt neprošly.

YOUNG DIRECTORS AWARD

JAN KALLISTA

CO-OWNER, FILM KOLEKTIV

Opět to nejlepší z posledního ročníku světové soutěže mladých režisérů.

24. 5. IKONY, HRDINOVÉ, INFLUENCERĚ, OPINION LEADERS

HLEDÁNÍ NÁZOROVÝCH VŮDCŮ V ONLINE KOMUNITÁCH

JAN SCHMID

MANAGER KVANTITATIVNÍHO VÝZKUMU, PERFECT CROWD

Všichni je chtějí. Hm, ale kteří to jsou?

KRÁLOVÉ YOUTUBE

JIRKA KRÁL, PETR KRÁL

YOUTUBER, MANAŽER

Jirka Král je nejspěšnějším YouTuberem u nás. A Petr toho umí vyžít.

JAK VODAFONE PRACUJE S INFLUENCERY

V. DOLEŽELOVÁ, A. MILATA

MANAGER PLÁNOVÁNÍ A INTEGRACE - VODAFONE, CEO - RENEGADZ

Běh minovým polem nebo super cool pohodička?

VZESTUP CESTOVNÍHO MARKETINGU

PROSTŘEDNICTVÍM INFLUENCERŮ

JIRÍ DUŽÁR

DIGITAL & STRATEGY MANAGER, CZECHTOURISM

Tak tam chci jet taky! Případovka, o které se ještě nemluvilo.

JAK OVLIVNIT SOCIÁLNÍ MÉDIA

BRIAN COX

VLOGGER A DIGITAL MEDIA SPECIALIST

Influencer o sobě – jak to funguje (a jak ne).

NIKDY SE NESETEK SE SVÝMI HRDINY

TONY HARDCASTLE

GLOBAL CREATIVE DIRECTOR, MULLEN LOWE, LONDÝN

Sportovci, herci, hudebníci. Lákavé a nebezpečné.

EVOLUCE INFLUENCERŮ

JAI KOTECHA

HEAD OF DIGITAL, SOCIAL AND CONTENT, OGILVY LONDÝN

Kdo, kdy má vliv a na koho. Co z toho platí dnes a co zítra?

VE STOPÁCH HRDINŮ

PANCHO GONZALES

CHIEF CREATIVE OFFICER & CO FOUNDER, INBRAX CHILE

Superhrdinové na scéně. Jak na to jdou v Jižní Americe.

DAVID PROTI GOLIÁŠOVI – PROČ SE IKONY CHTĚJÍ NECHAT PORAZIT

E. LERICHE, F. MARTINI

ADVERTISING AND CRM MANAGER RENAULT, CREATIVE DIRECTOR PUBLICIS

Může značka Dacia budit emoce? Ovšemže, ale je třeba mít fotbalový stadion.

HRDINSKÉ ČINY

RICARDO DISTEFANO

MANAGING CREATIVE DIRECTOR, HEIMAT, BERLIN

Takzvaně obyčejní lidé v reklamách nikdy nevypadají jako obyčejní lidé. Tak vypadají jen ti z reklam Hornbachu.

LAVI NA PRODEJ ANEB VYŠEHRAD VÁLČUJE INTERNET

DANIEL STREJC

PRODUCENT

Tento mladý hráč má potenciál. Herní těžko, ale marketingový rozhodně.

BEST OF... PIAF 2017

Přehledka vítězných prací PIAF a následná party v legendárním klubu Avion – skryté židovské synagoze s letadlem u stropu.

WORKSHOPY A SEMINÁŘE

23. 5.

VIRTUÁLNÍ REALITA PRO BUSINESS

JINDŘICH TRAPL

PARTNER, VIRTUOX

We are VR. Are you?

MODERNÍ REKLAMA JE V POHYBU

BEN LEYLAND

MANAGING DIRECTOR, EALLIN LONDÝN

Odlišit se a mít svůj styl. Animace v roce 2017.

BEHAVIORÁLNÍ EKONOMIE

PAUL ARNOLD

TRENÉR, FACILITÁTOR A STRATEGICKÝ PLÁNOVAČ EACA

A teď vážně: co a proč opravdu (ale opravdu!) dělájí vaši zákazníci.

24. 5.

PROČ SE SPONZORING NEOBEJDE BEZ AKTIVACE?

ONDŘEJ GOTTWALD

CEO GARP INTEGRATED

Jak nabídnout divákům opravdový zážitek místo sponzorských log?

CESTA K ATRAKTIVNÍ A FUNKČNÍ VIZUÁLNÍ IDENTITĚ

J. ŠLÉGR, L. JELÍNEK

GRAPHIC DESIGNER, CREATIVE DIRECTOR, DYNAMO DESIGN

Mistrovství, olympiády, kluby, slavné sportovní haly – ti všichni staví na svém vizuálním stylu. Vy ještě ne?

MEZINÁRODNÍ ÚSPĚCH PRAHY ANEB JAK POCHOPIT A VYUŽÍT SOCIÁLNÍ SÍTĚ?

FILIP ZIKMUND

MANAŽER SPRÁVY SOCIÁLNÍCH MEDIÍ, HL. M. PRAHA

Praha poráží New York i Londýn v interakci.



SPORT 2017

SPORT 2017