



Retail in Detail: Generace Z



**Když musíte zaujmout za 8 vteřin
6 / 12 / 2023**

Když musíte zaujmout za 8 vteřin

Jejich pozornost je těkavá a vy máte jen pár vteřin na to, abyste je zaujali. Jak správně identifikovat potřeby generace Z a úspěšně oslovit tuto nastupující kupní sílu? To zjistíte v programu specializované konference ze série Retail in Detail.

Prohlédněte si program a dorazte diskutovat s kolegyněmi a kolegy z oboru o nových obchodních příležitostech, které generace Z nabízí.

Těšíme se na setkání 6. prosince!
Anna Krásná a tým Blue Events

Komu je konference určena?

V programu konference najdou inspiraci především lidé, kteří ve firmách vytvářejí komunikační strategie, podílí se na tvorbě nových produktů a strategického prodeje pro skupinu zákazníků a zákazníků z řad generace Z.

Konkrétně:

- Obchodníci, výrobci i dodavatelé služeb
- Manažeři komunikace, marketingu, Business Developmentu a všechny další pozice ve firmě, které chtějí zájem generace Z podchytit
- Všichni, kteří si uvědomují, že je zapotřebí naučit se prostředkům, jak získat pozornost a cestu do peněženek této kupní síly

S kým se v programu potkáte?



Petra Víšková



Libor Hoření



Hana Kovářová



Jonáš Čumrik



Alexandros Samaras



Milan Bartoš



Karel „Kovy“ Kovář

Program 6 / 12 / 2023



Moderace: Karel „Kovy“ Kovář

8.00–9.00

Registrace účastníků, networking

9.00–10.45 Blok A

Kdo je generace Z?

Znamená „Z“ změnu?

Petra Víšková, Qualitative Research Director, Confess

Generace Z. Už umí utrácet i vydělávat. Je opravdu tak jiná, než my starší? Jaké značky to s ní umí a čím si ji získaly? Na příkladech z letošních výzkumů vám odkryjeme, v čem si spolu (ne) rozumíme, i jestli existuje love brand, která je všem společná.

Cesta GenZ mezi pohodou a inflací

Zdeněk Skála, jednatel, Skála a Šulc

Generace Z má své specifické hodnoty a zvyklosti, což se týká i nakupování. Při rutinních nákupech vystupuje do popředí požadavek pohody, „convenience“. I tuto mladou skupinu však významně zasáhly ekonomické trendy i proměňující se pozice retailerů. V prezentaci budeme sledovat, jak se mladí drží svých priorit a současně pragmaticky mění komunikační kanály a prodejny, které jejím stylu vyhovují nejlépe.

Generační (NE)porozumění

Martina Mikesková, psycholožka a psychoterapeutka, Soulmio

„Tohle za nás nebylo...“ věta, kterou mnozí zaslechne, nebo i vyslovíme v průběhu života. Věta, která někdy odstartuje diskuzi plnou nepříjemných pocitů a to i s blízkými osobami, které máme rádi. Pojďme se krátce skrze příklady z praxe zamyslet nad tím, kde je vnímání rozdílů napříč generacemi destruktivní a kdy nám naopak může pomoci růst.

Z-efekt: Jak využít potenciál mladé generace

Libor Hořený, český filantrop a podnikatel

Generace Z vstupuje do pracovního světa s novým souborem hodnot, očekávání a výzev. V prezentaci se dozvíte, co tuto generaci pohání, s jakými výzvami se potýká ve světě plném rychlých změn a jakými hodnotami se řídí při svém rozhodování. Objevíte, jak generaci Z úspěšně integrovat do svých týmů a vytvořit jí optimální podmínky pro rozvoj jejího potenciálu pro váš byznys.

10.45–11.15

Přestávka na kávu a čaj

11.15–13.00 Blok B

Jak s generací Z komunikovat?

Lenoši s budgetem v hodnotě 7 miliard \$

Jonáš Čumrik, Strategy & Idea Director, Notino

Beauty segment je jeden z nejrychleji rostoucích témat nejen na Tik Toku a to právě díky dospívání nové generace zákazníků, která se více a více zajímá nejen o svou vnější krásu, ale i o duševní zdraví. Jaké trendy ovlivňují nákupní chování, ztrácí se lá influencerů na Gen Z a vážně je důležité být hlavně online?

Generace Z: Kde ji najít, co ji zajímá a proč bychom jí měli porozumět?

Nicola Husníková, Head of Creative & Social Media, MarketUp

Proč mladá generace není loajální nebo proč ji štví reklama? Nicola vás ve své prezentaci provede praktickými tipy, jak přistupovat k Gen Z a jak jí porozumět. A možná se nakonec budete muset smířit s tím, že tuto generaci nepochopíte. Tak co s tím?

Hate or love?

Hana Kovářová, Head of Brand Strategy and Communication, Komerční banka

Zaujmut je stále složitější. Motivovat k akci stále těžší. Zejména pokud máte téma, které cílovou skupinu, v tomto případě Gen Z, zatím příliš nezajímá nebo se v něm neorientuje. Nebo jen své rozhodnutí odkládá. Pokud vám ale jde o výsledek a nemyslíte jen na sebe, můžete kvůli dobré věci dojít třeba tak daleko, že svoji kampaň ani neobrandujete. Ukážeme vám, jak je důležité být otevřený novým způsobům přemýšlení a komunikace, což v Komerční bance přímo milujeme.

Kaufland, Esport a Fofrtaška?

Petr Hoffmann, Head of Digital, Kaufland Česká republika

Neuvěřitelný fenomén vycházející z esportové komunity. Tato unikátní nákupní taška na kolečkách pro gamery si dojela pro bronz na prestižním festivalu Cannes Lions a po cestě získala částku přes milion korun v rekordním charitativním Twitch livestreamu. To je příběh, který v rámci retailu nemá obdoby. Příběh, který spojil generace, a důkaz, že kreativita a esport mohou vytvořit zázraky v komunikaci s Gen Z.

13.00–14.00

Oběd

14.00–15.45 Blok C

Panelová diskuze

Lukáš Antoš, CMO, Rohlík

Milan Bartoš, Head of Sales, VAFO

Jakub Henni, Co-founder, Nesnězeno

Monika Jančová, Head of Marketing Innovations, Alza

Jiří Mareček, Director PA, Communications

& Sustainability, Albert Česká republika

Alexandros Samaras, jednatel, F. H. Prager

15.45–17.30

Networking a koktejl

Vstupné

Early Birds

8 500 Kč (+DPH)

Při platbě do 10. 11. 2023 máte slevu 2 000 Kč ze základního vstupného.

Základní

10 500 Kč (+DPH)

Celodenní vstupné pro jednoho účastníka.

Skupinové

6 900 Kč (+DPH)

Cena za druhou a každou další osobu z jedné firmy.

Organizátor

Blue Events, s.r.o.

Hlubočeská 38c

152 00 Praha 5

Tel: +420 222 749 841

E-mail: info@blueevents.eu

Místo konání

Spojka Karlín

Pernerova 697/35, Praha 8 - Karlín

Přihlašte se již nyní na generacez.eu

Vstupné zahrnuje: celodenní odborný program, příspěvky a konferenční materiály, výtečné občerstvení během celé konference.

Silver Partners



Marketup

Bronze Partners



Media Partners

