**Rekordní návštěva na influencer semináři PR Klubu**

**PRAHA 26.9. 2018**

**Na 50 účastníků přilákala první akce profesního sdružení PR Klub v podzimní sezoně. Jak efektivně spolupracovat s influencery, jak měřit přínos jejich kampaní a navazovat spolupráci i pomocí online platforem přilákala desítky profesionálů z komunikačních agentur i samotných firem.**

V úvodu akce zazněly výsledky nejnovějších průzkumů agentury IPSOS a Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Jejich zástupci prezentovali, jak přistupují k influencerům i samotným značkám lidé z generací Y a Z, jaké mediální kanály preferují, i to, jak vnímají reklamní spolupráce svých oblíbenců.

Z průzkumu IPSOS například vyplynulo, že 33 % mladých lidí z generace Z přiznává, že se přímo nechává influencery inspirovat v osobním životě a při nakupování. „Být influencerem” se také u této generace dostalo mezi nejlákavější “povolání”, vedle cestovatele, fotografa nebo ředitele marketingu.

Průzkum FSV UK zase ukázal, že pouze 1 dítě z 10 pozná u influencerů a youtuberů reklamu.

**Kisić, Sidovský i Machette**

O své osobní postřehy a zkušenosti se na akci podělilo i několik známých influcenrů a zástupců showbyznysu. Producent Janis Sidovský zdůrazňoval rozdíl mezi virtuálními celebritami a tradičními tvářemi z muzikálů a TV obrazovek, influencerka a novinářka Sandra Kisić mluvila o svých zkušenostech ze spolupráce s desítkami firem, David Nachtigal alias Nachty o fenoménu populárních krátkých videoklipů a zkušenostech s prodejem vlastního merchandise, a o svůj názor na aktuální trendy ve světě influencerů se z publika podělil i Jonáš Čumrik alias Johnny Machette.

Svět zadavatelů kampaní na akci reprezentovala manažerka sociálních médií Coca Cola, která návštěvníkům představila přístup firmy k influcenrům a míru volnosti, kterou jim společnost při vytváření obsahu nechává. Jak se vyvinul vztah zadavatelů a influecenrů v posledních letech a co od sebe dnes obě strany očekávají představil Peter Sládeček z agentury Tubrr.

Závěr semináře patřil prezentacím nejmodernějších platforem pro sjednávání spolupráce mezi značkami a influencery. Peter Varga představil projekt LaFluence a Petr Jelínek řešení společností Business Factory a Influencer.cz, které v Česku zastupují platformu Indahash.

PR klub vstoupil do podzimní sezony i novým webem, který spustil právě dnes: [www.prklub.cz](http://www.prklub.cz)

Najdete na něm i kalendář nejbližších akcí, které klub pořádá.

**FOTOGALERIE** [**ZDE**](https://drive.google.com/open?id=1zRLHBlqP9Sdtg22gIh90pJpXbtiAw-PG)

Příloha:

Sandra Kisić, influncerka

Janis Sidovský, producent

Peter Varga, CEO LaFluence

Eva Veisová, výkonná ředitelka Ipsos

Pavel Vlček a Jan Osúch, předseda a místopředseda Výkonného výboru PR Klubu

Petr Jelínek, Business Factory