

Zadání pro 8. seminář MVVS

SIMONA ŠKARABELOVÁ
FILIP HRŮZA

Jaro 2021

- Z již vytvořených cílů a podnětů (viz komunikace, PR, fundraising, sponzoring, aj.) **sestavte dle vás aktuální cíle v horizontu 1 roku, které je zásadní realizovat.**
- Pokud nutno, **rozdělte je na dílčí cíle/aktivity, přiřadte jim časový rámec, zodpovědnost a náklady**

Obecná logika akčního plánu

Cíle, popř. dílčí cíle pro následující rok	Klíčové akce vedoucí k dosažení akčních cílů				
	akce	zodpovídá	termín	náklady	zdroje

Př. Ukázka části akčního plánu MKTdivadla Reduta

Oblast	Cíl	Aktivita	Termín	Náklady	Odpovědná osoba
HR – členové, dobrovolníci	navázat spolupráci se stážisty/dobrovolníky	zapojení stážistů do chodu divadla, stážisté získají praktické zkušenosti a patřičné know-how	září 2020	v rámci mzdy zaměstnance	oddělení marketingu, produkce
Financování a fundraising	získat finanční prostředky z dotací prostor pro rozšíření zdrojů	možné zahraniční projekty: Kreativní Evropa, Fondy EHP a Norska, Visegrad fund	27. 11. 2020 (KE), první čtvrtletí 2021 (EHP), uzávěrky 3x do roka: 1.2., 1.6., 1.10. (Visegrad)	v rámci mzdy zaměstnance	Dagmar Vallová
	navýšení vedlejších příjmů prostřednictvím doplňkové činnosti	více propagovat možnost prohlídek budovy pro školy	podzim 2020	v rámci mzdy zaměstnance	zákaznické centrum, marketingové oddělení
	doplňkové služby na podporu hlavní činnosti	tvorba nových merchandisingových produktů	podzim 2020, spíše jaro 2021	mzda odborník a na design produktů, náklady na jejich výrobu	marketingové oddělení

PR a komunikace	zvýšit prodej merchandisingových produktů	rozšíření prodeje merche na pokladny jednotlivých budov	podzim 2021	v rámci mezd zaměstnanců	zákaznické centrum, marketingové oddělení
	navázání spolupráce s kavárnou, lokalitou blízkou k divadlu	obousměrná spolupráce s kavárnou Momenta (vytvoření nového drinku s názvem Reduta)	září 2020	v rámci mzdy zaměstnance	Petr Novák
	propagace abonmá	uspořádat soutěž o něj jako výhru	sezóna 2020/2021	design a sestavení fotokoutu, jedno divadelní abonmá	Petr Novák
	vytvořit si konkrétnější představu o návštěvnicích Reduty za účelem lepší následné komunikace	sestavit a provést dotazníkové šetření cílené na stávající návštěvníky Reduty	podzim 2020	v rámci mzdy zaměstnance	Petr Novák
Návštěvníci a image	zvýšit povědomí o přítomnosti Reduty na místě, v němž se divadlo nachází	guerilla kampaň na venkovním prostranství pomocí rozprostření nepoužívaných divadelních sedaček	při zahájení sezóny 2020/2021	náklady na vytvoření reklamního panelu	Petr Novák
	komunikace a zpětná vazba od návštěvníků	návštěvní kniha pro zpětnou vazbu a propagaci pozitivních ohlasů	začátek sezóny 2020/2021	nákup knihy (max 700 Kč)	Petr Novák