

Propagace a média (nk2285)

Michal Jilka

Požadavky na splnění předmětu

- Vypracování závěrečného projektu a jeho odevzdání
- Zkouška
- 1 absence na seminářích

Závěrečný projekt

- Vypracování samostatně, nebo ve dvojicích
- Nahrání projektu do odevzdávárny
- Téma 1: Propagace vybraného sportovního klubu
(1. nb 2. nejvyšší soutěž)
- Téma 2: Propagace vybrané sportovní akce
(min. 500 účastníků)

Závěrečný projekt

- Analýza současného stavu organizace
 - Corporate identity + grafické vyjadřování klubu/organizace/akce
 - Nejvýraznější prvky marketingového a komunikačního mixu
- Vyhodnocení Brand Awareness
- Stanovení strategických cílů a stanovení cílů pro komunikaci a public relations
- Vymyslet novou formu propagace
 - Dle vámi zvolených komunikačních kanálů
 - Digitální marketing – klíčová slova do vyhledávání, články na web, sociální sítě
- Příloha 1: tisková zpráva
- Příloha 2: media plán
- Příloha 3: e-mail

Struktura seminářů

Datum	Téma
2.3.	Představení a seznámení s obsahem předmětu Specifika sportovního marketingu, marketingová komunikace a komunikační mix, Corporate Identity
6.4.	Mediální plánování a Public relations, Brand Awareness, Digitální marketing ve sportovním prostředí
27.4.	Digitální marketing ve sportovním prostředí, PRE proces – audit, cíle, strategie a plány,

Public relations

- *„Jako PR označujeme ty formy komunikace managementu, které organizaci pomáhají přizpůsobit se jejímu okolí, měnit je nebo udržet, a to se zřetelem k dosažení cílů organizace“ (Svoboda, 2009).*
- *„PR je činnost vytvoření a udržení dobrého jména organizace s různými zástupci veřejnosti (zákazníky, zaměstnanci, investory, dodavateli, atd.) a to obvykle pomocí propagace a další neplacených forem komunikace. PR může zahrnovat také činnosti spojené s uměním, charitativními akcemi, vzděláním, sportovními událostmi apod.“ (Business Dictionary, 2015).*

Co patří do PR?

- Interní komunikace
 - Zaměstnanci
- Externí komunikace
 - Novináři a média
 - Investoři
 - Zákazníci
 - Účastníci konkrétní akce
- Lobbying
- Sponzoring
- Pořádání akcí
- Krizová komunikace

Cíle public relations (Svoboda, 2009)

- Strategické (dlouhodobější záměry)
 - upevnění loajality zákazníků vůči organizaci,
 - zlepšení spolupráce s úředníky, zastupiteli města apod.,
 - zlepšení image organizace v oblasti sponzoringu, lobbingu aj.,
 - dosažení zlepšení kvality produkce organizace.
- Taktické (krátkodobější povaha)
 - zvýšení počtu návštěvnosti webových stránek,
 - větší informovanost účastníků akce,
 - informace o změnách kontaktních údajů,
 - zdůraznění blížící se události apod.

Public relations ve sportovním prostředí

- Týmy

- Florbal Mladá Boleslav
- HC Oceláři Třinec

<http://bit.ly/2mPT5fH>

- Sportovci

- Eugenie Bouchard

<http://bit.ly/2mutYMw>



- Ligy a organizace
- Akce
 - UEFA Futsal Euro



- Sportovní obchody, brandy – Nike, Adidas, Under Armour, Red Bull...

Tisková zpráva (press-servis.ecn.cz, 2007)

- Písemné sdělení obsahující novou informaci, kterou rozesíláme médiím
- Měla by obsahovat alespoň jednu novou zprávu
- Musí být vydána tehdy, kdy ji posíláme

- Druhy:
 - Zpráva o události
 - Zpráva, jejímž obsahem je reakce na událost
 - Zpráva o zveřejnění materiálu

Tisková zpráva (press-servis.ecn.cz, 2007)

- Co musí tisková zpráva obsahovat:
 - Hlavička – název organizace, logo, kontakt, banner
 - „Tisková zpráva“
 - Titulek – krátký, výstižný, poutavý – musí zaujmout
 - Domicil – uvedení data a místa vydání na začátku prvního odstavce
 - Text zprávy
 - 5 W (What, Who, When, Where, Why)
 - Délka – optimálně jednu A4 textu
 - Závěr – doplňující informace, kontaktní osoba a informace

Mediální plánování

- Plánování konkrétních reklamních kampaní
- Jednorázová akce vs. opakující se událost vs. e-shop
- Nutná přesná strategie
 - Čas
 - Obsah
 - Umístění
 - Komunikační kanál
 - Rozpočet
- Výstupem je mediaplán

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF
	LISTOPAD 2016																														
	Út	St	Čt	Pá	So	Ne	Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne	Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne	Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne	Po	Út	St	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Wysočina Arena		Yellow			Yellow	Grey				Yellow		Grey	Grey		Green			Yellow	Grey	Grey			Green			Grey	Grey	Yellow			
Biathlonnmnm					Grey	Grey						Grey	Grey			Red	Yellow		Yellow	Grey		Yellow	Green		Yellow	Grey	Grey	Yellow			
Facebook NMNM		Orange		Cyan	Grey	Grey	Orange		Cyan		Orange	Grey	Grey		Pink		Orange	Orange	Grey	Orange		Cyan	Green	Orange		Grey	Orange			Orange	
Facebook Český biatlon				Cyan	Cyan	Cyan		Cyan		Cyan		Cyan	Grey			Pink		Cyan	Grey	Cyan			Cyan	Cyan		Grey	Cyan		Cyan	Cyan	
Média					Grey	Grey						Grey	Grey						Grey	Grey					Grey	Grey	Green				

	PROSINEC 2016																															
	Čt	Pá	So	Ne	Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne	Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne	Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne	Po	Út	St	Čt	Pá	So	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Wysočina Arena			Grey	Grey						Grey	Grey						Grey	Grey						Grey	Grey						Grey	
Biathlonnmnm		Yellow			Green	Yellow		Yellow		Yellow	Yellow	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue							Grey	Grey					Grey	
Facebook NMNM	Cyan	Pink	Cyan	Orange	Green	Orange	Cyan	Pink	Cyan	Cyan	Cyan	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue													Grey	
Facebook Biatlon	Cyan		Pink	Cyan	Green	Cyan		Cyan	Pink	Cyan	Cyan	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue													Grey	
Média			Grey	Grey					Green	Grey	Grey		Green	Black	Green	Green	Green	Green							Grey	Grey					Grey	

Legenda	
Yellow	Informační zpráva
Green	Podpora merchandisingu
Orange	Instagram
Cyan	Příspěvek + foto
Pink	Video
Green	Tisková zpráva
Black	Tisková konference
Blue	Variabilně - vše co jde zveřejnit s důrazem na Biathlon NMNM

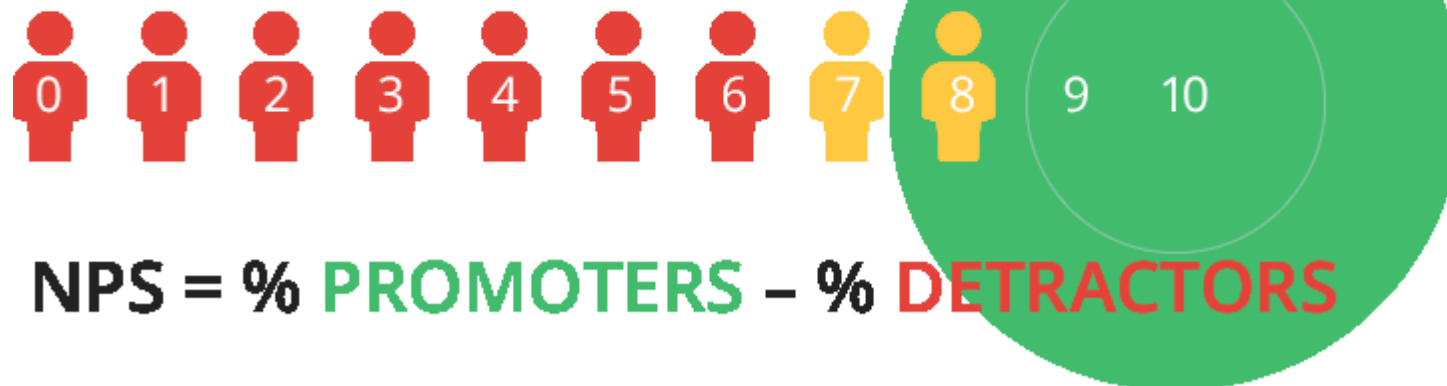
	LEDEN				ÚNOR				BŘEZEN			
ONLINE reklama	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.
Téma	Zima (cvičení, příprava, trénink, strava, jak zahnat nudu v zimě, ponožkoboty, nový rok)								Začíná bike sezona (Novinky, jak se připravit, podpora prodeje, proč kupovat)			
Propagované produkty	Ponožkoboty + CF+ zima								Novinky			
Vložená Kampaň	Soutěž o ponožkoboty dle vlastního výběru zdarma - vymyslet		AKCE sleva na staré doprodejové modely (vytvoření záložky akční ceny) cílem je zbavit se všech co nám tam leží ladem (staré modely)			soutěž- kdo pošle video, jak udělá 10 kliků na jedné ruce a 10 dřepů na druhé má od nás 300,- dolů na nákup			Předobjednávka je tady!			
Podklady	Nafocení ponožkobot v akci (vlastní fotky pro FB, blog atd...)								Jedno focení někde v lese, boty na kole, opřeno na pedálu, zavazunko atd... (Ať jsou fotky na reklamy pro duben) Fotky na divčí týden, balení			
WEB - homepage	Motivační video, ty na to máš ty to dokážeš, nepodceňuj přípravu v zimě.								Novinky			
Blog (1x týdně)	Článek - téma spojené s ponožkobotami- skinners	Fenomén Lysá hora- naháč, 1000vystupů, lidí jak na václaváku, alkáči, lh24, lh 365, lysá cup doplnit o krásné fotky	Článek - outdoorové závody na 2017- spíš extrémní	Článek - téma spojené s cvičení, přípravou v zimě, stravou,	Příprava v areálech. Posilka, hry (badminton,) Zaměřit se na placené věci..	Příprava své vlastní pomoci. Cvičení doma. Výšlap na hory. vše co je zadarmo. Možné oba spojit dohromady a udělat článek- soubor..	Seznam všech závodů v letošním roce na Bike 2017 (čr a okolí+ jaký je ten váš? Nabídněte do komentů)	Bike závody v zahraničí (světové poháry, red bull rampage, možné i fmx games praha listopad a top věci)	Novinky 2017. Přejde předobjednávka. Nové modely. Porovnání se starými	Druhý díl novinek. Nějak to rozdělit. - nové barvy?	Když na bajk tak co na sebe? 10 tipů nejlepší vybavy, která ti na kole zachrání život	Článek na divčí boty- porovnání, nabídka, ukázka, jak balíme pro ženy. (srdčko na krabici) Čokoláda atd.
Facebook (4 příspěvky týdně - 3x post + 1x blog)	1.1. post se šťastným novým rokem 2.1. Nejlepší je vykročit naboso - skoro naboso s ponožkobotama 4.1. kZpátky do realty je pos vátkách a musí se začít něco dělat - Post tlustocha po svátcích jak začíná něco dělat	8.1. Vyfoť a označ 10.1 Aktuální fotka ze zimy- bñméská přehrada. 12.1. Článek- fenomén lysá hora	15.1. Závod po sjezdovce- např maxiavalanche 16.1. batohna zimu- Deuter 18.1. Snowscot/fatbike- i na tohle jsou naše boty (ELC, Element) 19.1. Článek- outdoor závody	22.1. Videorecenze skinners 23.1. Virál- buchta s prdeli na boulderu. 25.1.Skinners v posilovně- produktovka 26.1. Článek o přípravě 29.1. Virál 30.1. ELC	1.2. logická hádanka zaměřená na dosah- komentáře (přidat ještě upgrade. Ať to spočítají, jako cenu bot) Takže výsledek bude hausnumero. Jinak je výsledek 21 3-4-2.Článek- posilování, příprava	5.2 soutěž- Kdo to dokáže? kdo pošle video, jak udělá 10 kliků na jedné ruce a 10 dřepů na druhé má od nás 300,- dolů na nákup. My natočíme vlastní jako ukázkou na prodejní. 6.2. Fotka svalovce, klidně bikera- Slavík psal i o cvičení 8.2. virál- zimní 9.2.článek	12.2. . Krabice plná radosti- podpora prodeje- přidat stokorunu 13.2. Virál, srandovní video, fotka z posilky. Kuriozity (borec na páse, co čumí na ženskou) 15.2 Fotka, video z min týdne, jak někdo cvičí 17-19.2 článek- závody	19.2. Fotka, kde je bota a u toho rukou napsáno: Jezdím ve Five Ten, protože: a do komentářů doplňovat text 20.2. Fotka příslušenství od five ten.. Víte, že Five Ten nejsou jen boty+ odkaz do kategorie 22.2. Skinnersky. 23.2. závody 26.2. impregnace- video lotosový květ	2.3. Virál- die počasí 5.3..Fotka, kde budou 3 produkty s popisem A B nebo C.. At je to zajímavé a lidí jen kliknou písmeno, co se jim líbí více- dosah 6.3. Novinky- fotky z prodejny (rolovací fotky) 8.3. Novinky po kupě 9.3. Článek novinky	12.3. Odpověď na otázku ANO/NE (měly by být povinné helma všude bez rozdílu věku)-dosah 13.3. Virál - nebát se toho. Musíme zkvalitnit dosah 15.3. Prodejna z venku- novinky na obchodě 16.3. Článek	19.3. Bludiště, které bude mít 3 vchody (A, B, C) a uprostřed bude bota five ten. Nedáme jen jednu vítěznou cestu, protože by to dále nekomentovali, ale dáme všechny 3 a vyhodnocení bude jako, všechny cesty vedou k five ten.-dosah 20.3. Produktovka- novinka 22.3. Podpora prodeje- kup jedny boty a na druhé dostaneš 500 dolů 23.3. Článek	28.3. virální fotka ženské na kole. Ne pro chlapy! 29.3. Fotka jak balíme pro ženy s divčí botou. 30.3. Článek
Instagram (4 příspěvky měsíčně+ virály)	Vykroč správnou nohou	Virál na tu zimu. Klidně fotku z ruska	axiavalance nebo snowscot	O přípravě- posilka, starva	logická hádanka	video z prodejny (cvičení)	Závody 2017	impregnace, video	novinky 2017.	prodejna z venku	Podpora prodeje	divčí týden- ženské boty
Youtube (1 příspěvek měsíčně)	Vytvoření video recenze pro ponožkoboty (Jedná krátká, úvodní a jedna delší s popisem)				Vytvoření video recenze na nejprodávnější modely bot + dodat na web k produktům				Vytvoření video recenze na novinky, které přišly			
PR 1-2 články za měsíc do budgetu	1-2xPR článek (do 4tis) (střídat, jednou outdoor - ponožkoboty + outdoor boty, podruhé bike boty)				1-2xPR článek (do 4tis) (střídat, jednou outdoor - ponožkoboty + outdoor boty, podruhé bike boty)				1-2xPR článek (do 4tis) (střídat, jednou outdoor - ponožkoboty + outdoor boty, podruhé bike boty)			
Linkbuilding (cca 4 linků)	Úkol na prodejnu. Každý čtvrtek předvést jeden odkaz ze kterého vyplynul kvalitní linkbuilding na náš web)				Úkol na prodejnu. Každý čtvrtek jeden odkaz ze kterého vyplynul kvalitní linkbuilding na náš web)				Úkol na prodejnu. Každý čtvrtek jeden odkaz ze kterého vyplynul kvalitní linkbuilding na náš web)			
Newsletter (1x měsíčně)	1x za leden + únor dohromady								1x měsíčně			
SEO	Optimalizace kategorií + podkategorií (včetně webu) + fotek na webu		Optimalizace všech produktů na webu, projít a doplnit (opravit) + optimalizace fotek rovnou při		Optimalizovat informační stránky +		Optimalizace blogu - všechny příspěvky musí být opraveny		Počkání na indexaci prohlížeči a kontrola (indexace trvá cca 1 měsíc)			

Brand Awareness

- Neboli znalost/povědomí značky
- Do jaké míry je značka „umístěna“ v mysli spotřebitele
- NPS vs. Brand equity score

Net Promoter Score (NPS)

- Míra loajality zákazníků nebo zaměstnanců
- Dosahuje hodnoty od -100 do +100
- NPS +50 se považuje za velmi dobrou hodnotu



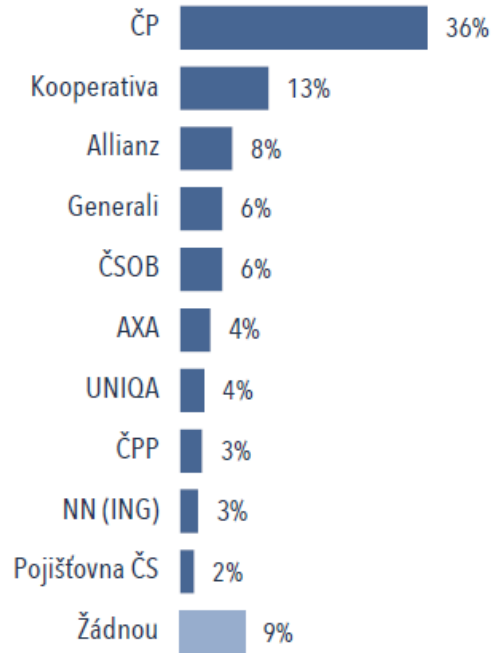
- Na stupnici od 1 do 10, jaká je vaše spokojenost se studiem na FSpS?
<http://www.npscalculator.com/en>

Brand Equity Score

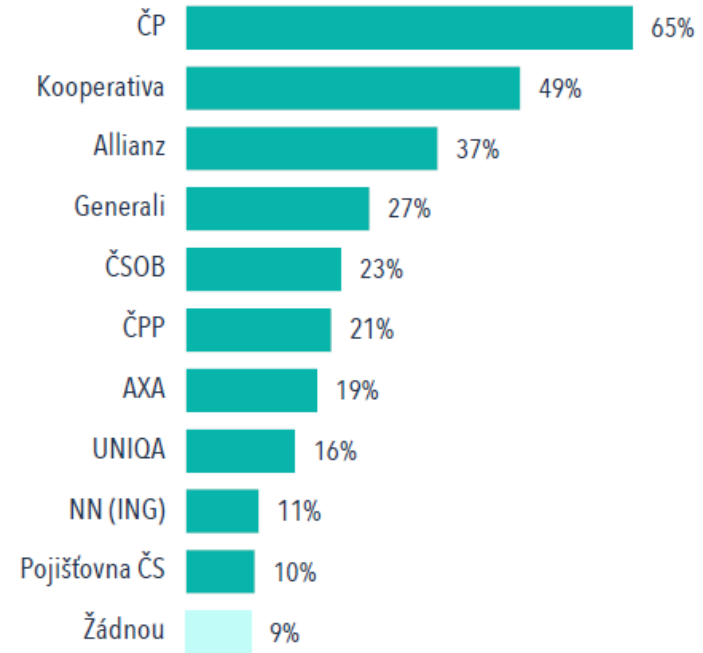
- Měření znalosti značky
- Znalost
 - Top of mind (první uvedená)
 - Spontánní (další možnosti, zpravidla max. 5)
 - Podpořená (výběr konkrétních možností, nebo přímá otázka)
- Výpočet v procentech (kolik % z celkového množství oslovených osob odpovědělo, že zná danou organizaci)
- Doporučený vzorek min. 100 osob
- Lidé by se navzájem neměli ovlivňovat

TOP 10 ZNAČEK

PRVNÍ UVEDENÁ



SPONTÁNNÍ



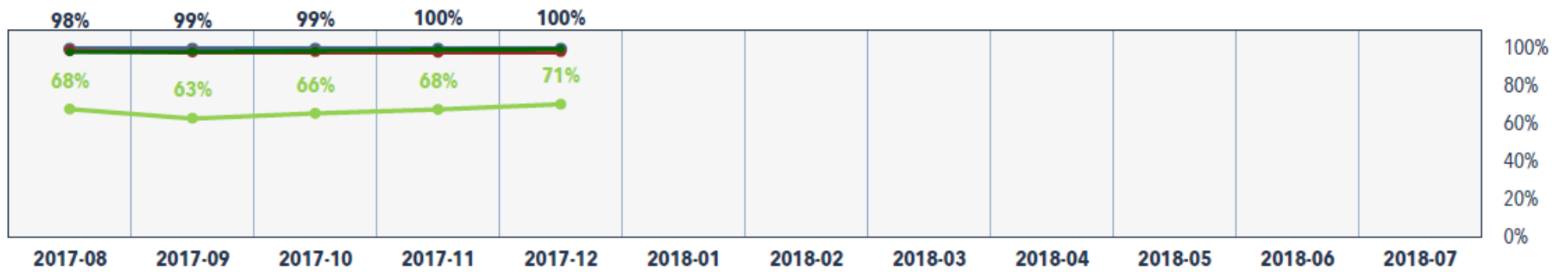
TOP OF MIND



SPONTÁNNÍ ZNALOST



PODPOŘENÁ ZNALOST



Dva dobrovolníci? 😊

Brand equity score

- Jmenujte jeden futsalový tým:
- Jmenujte 5 futsalových týmů:
- Vyberte, který z těchto futsalových týmů znáte?

Gardenline Litoměřice, Tango Hodonín, Olympik Mělník, Era-Pack Chrudim, Helas Brno, Alfa Liberec, AC Sparta Praha

Úkol do projektů

- Zapracovat/vymyslet cíle pro public relations
- Vypracovat tiskovou zprávu se všemi náležitostmi
- Vypracovat mediaplán květen – červen 2018 pro zvolené komunikační kanály vč. promyšlení obsahu
 - Klub – 24. 6. 2018 se koná exhibiční utkání
 - Akce – termín akce 24. 6. 2018
- Dobrovolné: zjistit Brand Awareness na vzorku 30 osob