

Hodnocení A – ředitel/ka organizace

Hodnotící zpráva ředitele Fóra 50% k analýze společnosti In Media Veritas

Dne: 27. 3. 2011

Analýza slouží pro interní potřeby zaměstnancům a zaměstnankyním organizace především jako zpětná vazba, ale také jako inspirativní materiál k budoucím aktivitám a činnostem.

K formální stránce analýzy:

Práce je vyhotovena formou slaidů k přímé prezentaci. Pro lepší přehlednost jsou využity sloupcové grafy. Analýza je přehledná, gramaticky správná, sleduje předepsanou osnovu dle požadavků zadavatele. Rozsah práce dodržen. Použity tematické obrázky.

K obsahové stránce analýzy:

Analýza je přehledně rozdělená do jednotlivých částí. V úvodu je stručně zmíněna obsahová náplň naší organizace, také personální zastoupení. Následuje samotná analýza médií. Ta je rozdělena dle jednotlivých médií, výstupů dle měsíců, dle pohlaví autora, dle kontroly vše souhlasí. Klíčové slovo pro vyhledávání uvedeno. Práce stručně shrnuje, jakým způsobem se o Fóru hovoří. Navazuje doporučení, jaké volit mediální strategie. Splněna podmínka dle zadavatele č.7 „příhodný titulek“

Silné stránky, pozitiva analýzy:

- Práce je velmi přehledná, graficky zdařilá.
- Představení organizace srozumitelné.
- Dobře uvedená metodika, samotné grafy pro analýzu vystihují podstatu.
- Jako velmi zdařilé hodnotím doporučené formy propagace. Zejména posílení aktivit Public Relations (ale pro jaký cílový segment?) a využití marketingového nástroje guerilla marketing. Tvůrce/tvůrkyně analýzy zvažuje omezené finanční prostředky naší organizace.
- Titulek je velmi dobrý.

Slabé stránky, nedostatky analýzy:

- Slabé místo spatřuji v konceptuálním zpracování slaidu č.10 / Doporučená komunikace- upozornění na nedostatky v současném stavu/. Autor/ka v něm uvádí, kde by měla probíhat komunikace, např. v ekonomických titulech, ale už nepíše, v jakých konkrétně. Má se jednat o pořady typu Ekonomika na ČT24 nebo odborná tištěná periodika? Jaká témata v nich mají být zmíněná? Jak docílit průniku problematiky genderu a ekonomických témat? Není uvedena ani strategie, jak umožnit lepší vstup do těchto médií.
- Obrázek, který je použitý na úvodním slaidu není z mého pohledu dobře zvolený, pokud hovoříme o fóru „50%“ neměl by být použit obrázek, kde v čele stojí pouze jedna žena a poměr mužů/žen je vyobrazen 2 ku 3.

Bodové hodnocení analýzy:

28

Komentář závěrem, resumé:

Práce je velmi zdařilá, drží se zadavatelových pokynů a splňuje požadavky. Dobře retroaktivně mapuje mediální pokrytí o naší společnosti. Obsahuje podmětná, v praxi realizovatelná doporučení.

Podpis posuzovatele:

Hodnocení B – pracovník/ce mediální agentury

Vážená kolegyně,
potvrzuji, že jsem obdržela Vaši analýzu „Mediální analýza společnosti FÓRUM 50% Aneb Polovina šancí dělá polovinu úspěchu“.

Vaše práce se mi v zásadě líbí, ale potřebuje upravit. Předně musíte opravit název klienta z Fórum 50% [Fórum padesátiprocentní] na Fórum 50 % [Fórum padesát procent]. Dále se mi nelíbí, jak jste se vypořádala se vznikem obecně prospěšné společnosti. Ze slidu není jasné, zda se Vaše analýza vztahuje i na dceřinou společnost nebo jen na sdružení. Ve slidu „O společnosti“ byste mohla graficky zdůraznit důležité informace, např. hlavní cíl organizace. V grafu „Počet výstupů dle jednotlivých médií“ zvažte, zda do něj zahrnovat i opakující se článek v denících VLP + vysvětlíte, co je to „Deník VLP“. Co se týče šestého slidu, klienta bude zcela určitě zajímat, jakou část ze vzorku autorů a autorek tvoří samotné pracovnice klienta. V následujícím slidu, tedy ve slidu sedmém by bylo zapotřebí dovysvětlit, co znamená okrajově. To, že tam byl klient uveden jako odborník, ještě neznamená, že zmínka není okrajová. Dále bych ocenila, kdybyste neuváděla politici/čky, ale politici/političky – vypadá to lépe a působí to genderově korektněji. Rovněž Vás upozorňuji, že klient již svou stránku na Facebooku má, stejně tak svůj web, konference již pořádá také...

Jinak je Vaše analýza v pořádku, bez gramatických i stylistických chyb. Váš úvodní slide působí naprosto profesionálně, titulek je výstižný a poutavý, kvitují aplikaci fotografie a loga klienta. Také se mi líbí, že jste do informací o klientovi zařadila i jména fundraiserky a předsedy správní rady. Pokud bude klient představovat prezentaci třetím osobám, budou mít tyto jasno, na koho se mají se svou záležitostí obrátit. Jistě na tyto třetí osoby pozitivně zapůsobí i zmínka o způsobech financování klienta. Možná by bylo ještě vhodné uvést, kteří konkrétní sponzoři/sponzorky klienta podporují, a že klient přijímá i nepeněžní dary. Je správné, že v „Analýze současného stavu“ upozorňujete na možnost zkreslení. S ohledem na skutečnost, že v červnu loňského roku se konaly volby, by klient jistě ocenil, kdyby měl přehled, kolik článků vyšlo před volbami, kolik v jejich průběhu a kolik až po nich. Velmi se mi líbí Vaše doporučení přizpůsobit komunikaci typu publika.

Celkově považuji analýzu za zdařilou, přehlednou, splňující všechny zadavatelské požadavky, zejména co se týče doporučení, která jsou velmi podnětná a reálně uskutečnitelná. Proto Vám uděluji 28 bodů.

Těším se na naši další spolupráci.

S pozdravem

(ředitelka agentury)