

# Studentské Brno

(Alexandra Kubíčková, Jaroslava Pivcová, Lada Součková)

## Jak zaujmout studenty?

### Snadno zapamatovatelný slogan, logo, web

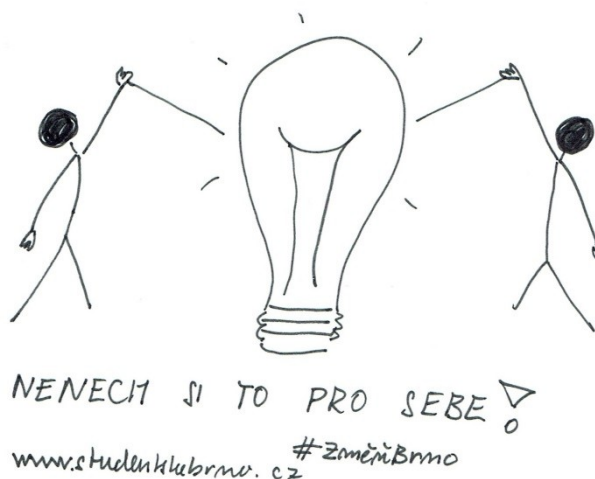
#### NENECH SI TO PRO SEBE!

#ZměňBrno

- „nenech si to pro sebe” velkým písmem, „změň Brno” pod tím menším, [www.studentskebrno.cz](http://www.studentskebrno.cz) nejmenším

- Slogan by se měl objevovat všude, kde to jen bude možné, spolu s logem. Logo nám přišlo poněkud nevyovídající o povaze celé organizace. Pokusily jsme se navrhnout nové logo (viz níže), které by organizaci vystihovalo a obsahovalo symbol nápadu, spojení a realizace. Na logo navazuje i animovaný reklamní spot.
- Stejně tak bychom navrhovaly změnit celkový design webu (barvy evokují spíše nějakou powerpointovou prezentaci, stejně tak geometrické tvary). Pro cílovou skupinu studentů je potřeba najít něco dynamičtějšího, co utkví v paměti. Na hlavní stránku alespoň přidat kromě fotek primátora a ambasadora projektu také nějaké fotky studentů, či zrealizovaných projektů.
- To samé platí o facebookových stránkách. Každý příspěvek na sociálních sítích by měl být navíc doplněn o hashtagy. To je dnes mezi mladými populární a oni sami postupně začnou sdílet vlastní fotografie pod těmito hashtagy.

#změnaživot #zalepšibrno #studentskásíla #vímecochceme #zrealizujsvůjnapad #studentskébrno



### Zapojit školy

- Profesori mohou upozornit na možnosti realizace studentských nápadů, některé projekty mohou být přímo součástí vyučování, vybrané poté zrealizovány a případně finančně oceněny.
- FA, FAST - návrhy typu Hády, FI - grafika webu, logo.

## **Spolupráce s youtubery**

- Jiří Král má na Youtube 839 030 odběratelů. Je to brněnský rodák, nyní žije v Praze, ale např. na Vánoce 2015 vybíral peníze pro nemocnici a věnoval je té brněnské.
- Točí převážně herní videa, mohl by tedy jedno video natočit právě z Björnsonova sadu a zmínit, že tam může hrát díky Studentskému Brnu.

## **Být vidět na studentských akcích a spolupracovat se spolky**

- Postavit stánek na brněnském Majálesu nebo různých studentských párty a propagovat organizaci a její myšlenky za pomoci rozdávání placek nebo nálepek s logem Studentského Brna. Účastnit se akcí přímo ve školách, například na FSS při Jarmarku neziskových organizací. Spolupracovat se studentskými spolky a dostat se tak do povědomí studentů různých oborů (Studenti pro studenty Fakulty elektrotechniky a komunikačních technologií VUT, MUNIE, Akademická unie FRRMS Mendelu, atd.).

## **Pořádat Open semestr párty**

- Být pořadatelem Open semestr párty či jiné studentské párty. Potřeba zábavného programu (beer pong, hra se jmény - Marge hledá Homera, ...), který přiláká studenty všech fakult.
- Všichni budou vědět, že párty pořádá Studentské Brno, pokud na místě pověsíme například banner, na kterém by neměly chybět ani hastagy. Logo Studentského Brna také umístíme do záhlaví Facebookové události. Jak přimějeme lidi, aby si mezi sebou událost sdíleli? Zajistíme vstup zdarma pro náhodně vybraných 50 studentů, kteří budou událost sdílet.

## **Studentská šalina**

- Polep tramvaje logem Studentského Brna a hashtagy s ním spojenými. Uvnitř by mohly být umístěné fotografie (např. Hády před a po) a plakáty s informacemi o projektu obecně (již tak jezdí např. Ignis Brunensis). Tramvaj by mohla jezdit na lince 12, 3 nebo 11, které pendlují mezi největším množstvím vysokých škol.
- Pokud by nebylo možné to zrealizovat, mohla by se využít alespoň Galerijní tramvaj, která je navíc zdarma a výstava v ní zůstává celý měsíc.  
[http://dpmb.cz/data/lmg/file/k2\\_interier.pdf](http://dpmb.cz/data/lmg/file/k2_interier.pdf)

## **Upoutat pozornost a vzbudit zvědavost**

- Velká instalace symbolu Wi-Fi na veřejném prostranství. V některém z parků nebo na náměstí se objeví obrovská instalace ve tvaru loga wifi s informacemi o Studentském Brně a chystaných změnách v parcích (pokrytí Björnsonova sadu Wi-Fi signálem a další).
- Bude soutěž o nejnápaditější fotku s „wifinou“, vítěz dostane vstupenku na nějakou studentskou akci typu Majáles/Utubering.

## Reklamní spot

- Návrh: Animovaný příběh loga Studentského Brna - jeden panáček přijde zleva, druhý zprava, sejdou se přibližně uprostřed, jednomu vyskočí u hlavy bublina, v ní se objeví žárovka, panáček žárovku vezme a dá ji mezi sebe a druhého panáčka. Ten k ní vztáhne ruku a ve chvíli, kdy ji drží oba, žárovka se rozsvítí - poté se vše zastaví a scéna se přehoupne v logo studentského Brna, nechybí ani slogan NENECH SI TO PRO SEBE! #ZměňBrno [www.studentskebrno.cz](http://www.studentskebrno.cz).
- Spot by se promítal v kinech (např. Scala) před filmy a na obrazovkách na fakultách.
- Mohl by být i ve formě GIFu pro užití na FB a jiných sociálních sítí.
- Na vytváření se mohou podílet studenti FI.

## Využit studentská média

- Muni TV by mohla odvysílat reportáž, příběh studenta, jehož nápad byl/bude zrealizován. Radio R s ním udělá rozhovor. Reportáž i rozhovor se můžou objevit také v tištěných médiích jako Halas! nebo online na stránkách muniMedií.
- V časopise Mendel Green se objeví článek o vzniku volnočasového areálu Hády za dohledu odborníků z Mendelovy univerzity.

## Aktivita na sociálních sítích a webu

- Pravidelně přispívat rozmanitými příspěvky na Facebook, Instagram a Twitter a doplňovat je o hastagy.
- Obsah příspěvků by měl být pro studenty co nejatraktivnější, aby jim věnovali svoji pozornost.
- Každý příspěvek na facebooku by měla doprovázet fotografie, protože samotný text podle nás zaujme mnohem méně lidí. Obrázek by měl nalákat k přečtení samotného textu příspěvku.
- Například k příspěvku o projektu pokrytí Björnsonova sadu Wi-Fi signálem by mohla být přiložena fotografie lidí sedících v parku s notebookem na klíně a textem: "Kvůli učení už nebudeme muset zůstat doma." + hashtagy #ZměňBrno a další.
- Na Facebooku a webových stránkách bychom pak také navrhovaly změnit úvodní fotografie. Fotografie primátora města Brna většinu studentů nezaujme, tím pádem ani nenaláká k detailnější prohlídce webu a zájmu o organizaci. Na úvodních stránkách bychom spíše viděly například výše zmíněného youtubera Jiřího Krále, který je studentům určitě o mnoho bližší, či zajímavé a hravé logo.

## Spolupráce s ISIC

- Možnost propagace na jejich Facebooku (65 863 fanoušků), webu,...

+ plakáty na nástěnkách všech VŠ

+ prezentace na TV obrazovkách na školách

## **Komentář:**

Celkově je zde několik moc dobrých nápadů a určitě by se některé z nich daly využít.

Jediné, co mi chybí v celém dokumentu, je určitá provázanost jednotlivých kroků – celý návrh bych lépe strukturovala. Takto je to několik nápadů za sebou, ale určitě by textu neuškodily nadpisy ve smyslu „Forma komunikace“, „Nástroje komunikace“ – „Sociální sítě“, „Tradiční média“, „Eventy“ ... To není důležité ani tak pro mě, ale pro klienta – aby se v textu snáze orientoval, na schůzce s vámi věděl, na co se zeptat, co si vyjasnit a vše by mělo pak jasnější strukturu. Např. nejprve zmínit hlavní claim, doplnit o vizuální podklady (logo, billboardy ...), potom možné nástroje propagace atd. Nemělo by na stejné úrovni být „Studentská šalina“ a „upoutat pozornost a vzbudit zvědavost“.

Ale jak píšu v průběžných komentářích – některé nápady jsou vážně dobré a celkově je to povedené. Formality se dají doladit, nápady člověk musí mít a to vy máte 😊