

Cílová skupina a media list

Cílová skupina

Cílovou skupinu Kofi-Kofi jsme identifikovali jako poměrně širokou. Její jádro pravděpodobně (mluví tak o tom i pan spolumajitel) tvoří vysokoškolští studenti, potažmo věková skupina 15-30 let, nicméně jako celek je pro Kofi-Kofi cílová skupina věkově rozprostřená prakticky v kompletním spektru nad 15 let.

Jádro této skupiny dokáže poměrně efektivně pokrývat sociální sítě, které navíc Kofi-Kofi využívá v dostatečné míře.

Jak uvedl na přednášce sám pan spolumajitel, cílem Kofi-Kofi je nyní růst v prodeji kávy jako suroviny, ve větší míře poskytovat cateringový servis a informovat o možnostech frašízingu. Na propagaci těchto stránek byznysu Kofi-Kofi jsme se při sestavování media listu soustředili.

Pro tyto aktivity je vhodnější cílovka nad 30 let s vyššími příjmy. Důležitou částí spektra jsou podnikatelé a manažeři firem. Proto jsme se rozhodli mezi média vybrat také například Finmag, Forbes nebo TopClass.

Seznam médií

Při vybírání médií jsme se zaměřili na tři skupiny, které bychom do media listu zařadili. První, nejdůležitější skupinou byla média věnující se životnímu stylu, společnosti a jídlu. Příkladem takového média je třeba Elle. Druhá skupina médií cílí na užší publikum a je orientovaná na podnikání, společnost a finance. Třetí skupina jsou média se širokým zásekem, ovšem vhodná pro publikování o Kofi-Kofi.

V rámci spolupráce jsme kromě médií uvažovali i nad zařazením foodbloggerů, ovšem to je cesta, kterou klient Kofi-Kofi jít nechce. Rozhodli jsme se proto udělat seznam pouze tradičních médií.

Finmag/finmag.penize.cz

Médium zaměřené na ekonomiku a společnost, pro Kofi-Kofi vhodné médium především v ohledu informování o možnosti cateringu a podnikání formou franšízy. Šéfredaktorem je navíc Michal Kašpárek brněnský novinář, který by mohl k tématu mít blízko. Finmag má online i tištěnou verzi.

kontakt: michal.kasperek@gmail.com

Forbes

Forbes se věnuje úspěšným firmám v Česku i zahraničí, navíc částečně pokrývá také společenská a lifestyle témata.

kontakt: zuzana.krajickova@forbes.cz (redaktorka věnující se mimo jiné jídle a pití),
jaroslav.masek@forbes.cz (redaktor píšící o českých firmách) redakce@forbes.cz

Reportér/reportermagazin.cz

Reportér je v mnohém obdobou Forbesu, i když je zaměřený víc na politiku a společnost. Často ale přináší příběhy úspěšných českých firem a úspěšných Čechů (poslední dobou například lihovar Žufánek). Téma by mohlo zajímat například reportéry Marka Šálka nebo Michala Musila, který pro web Reportéra píše do rubriky Gastronomické příběhy.

kontakt: redakce@reportermagazin.cz

Respekt

kontakt: mazdrova@respekt.cz (redaktorka s pozicí šéfky vydání, píše do rubriky Místa kde se setkáváme, často jsou to místa spojená s gastronomií, takže ideální pro Kofi-Kofi)

iRozhlas

Na web Rozhlasu píše sloupky Michal Zlatkovský, původem z Brna, bývalý student FSS, takže ke kávě z Kofi-Kofi by mohl mít blízko. Věnuje se především sociálním sítím a datové žurnalistice, takže například by se mu mohlo nabídnout téma týkající se role sociálních sítí na růstu Kofi-Kofi.

kontakt: michal.zlatkovsky@rozhlas.cz

Be In Magazin

Internetový lifestylový magazín. Velká šance PR článku v tomto směru uspět, dost prostoru. Nevýhodou pravděpodobně nepříliš velký zásah – 7.6 tisíc lajků na Facebooku pro časopis cílící na mladé 15-30 let není zázračné číslo.

kontakt: media@beinmag.com

E15.cz

Domovská stránka nebo třeba podtitul FinExpert.

The Student Times

Kofi-Kofi jako (nejen) studentský fenomén.

KavoveListy.cz

Kávové listy jsou internetový portál věnující se pražení kávy, její přípravě, podávání a podobně. Nevýhodou nízký dosah, výhodou zacílení na komunitu věnující se kávě.

kontakt: adela@kavovelisty.cz (redaktorka pro Brno)

Elle/Elle.cz

Lifestylový magazín, ve kterém se místo pro kávu může najít. Pozitivem je velký zásah, ale zacílení není příliš vhodné.

kontakt: michala.najmrova@burda.cz, editorial@elle.cz

Playboy

V Playboyi by mohl uspět PR výstup Kofi-Kofi v rubrice Zdraví a styl.

kontakt: vlado.olexa@playpress.cz, milan.kapec@playpress.cz

TopClass

Časopis na hraně požadované cílové skupiny, nicméně z hlediska propagování frančíz a cateringu od Kofi-Kofi by to mohl být zajímavý titul. Časopis se profiluje jako *magazín ze světa vybraného luxusu pro všechny*.

kontakt: lucie.rohlikova@rf-hobby.cz (šéfredaktorka), eva.karlasova@rf-hobby.cz (redaktorka)

Elixir

Podle webu magazínu *magazín zaměřený na zdravý životní styl, pro ženy*.

kontakt: redakce@orbisin.cz

Deadlinemedia**my89.cz**

Internetový portál zaměřený na životní prostředí, životní styl, společnost a kulturu.

kontakt: redakce@deadlinemedia.cz

regiobyz.cz

Portál zaměřený na podnikání, především v Česku.

kontakt: redakce@deadlinemedia.cz

Médiář

Médiář by mohl zajímat příběh Kofi-Kofi na sociálních sítích, ale také by mohlo Kofi-Kofi uspět v sekci Retailek.

kontakt: ondrej@aust.cz, semeradova@mediar.cz (Retailek)

5plus2

Týdeník, který vychází zdarma a podle proklamovaných údajů má náklad 800 tisíc výtisků.

kontakt: Petr.Skarda@mfdnes.cz (Šéfredaktor), Jaromir.Mahel@mafra.cz (Jihomoravský kraj a Vysočina)

Metro/Metro.cz

Deník vydávaný zdarma ve větších městech ČR (cílovka pro franšízy).

kontakt: radek.babicka@metro.cz (redaktor píše o Brně)

Byzmag.cz

kontakt: jana@visionpress.cz, (šéfredaktorka) radim@visionpress.cz (redaktor)

Instinkt

Další ze společenských časopisů, který se věnuje širokému spektru témat.

kontakt: instinkt@instinkt-online.cz

Téma

Týdeník je zaměřený na zpravodajství a lifestyle – jeho hlavní rubriky jsou události, peníze, životní styl a lidé – pro Kofi-Kofi vhodné médium pro umístění PR článku.

kontakt: etema@etema.cz

Týden

Kofi-Kofi by mohlo najít místo v sekcích Byznys nebo Relax. Týden je zavedený časopis, tím pádem s velkým zásahem.

kontakt: internet@tyden.cz

Hospodářské noviny

V Hospodářských novinách by se Kofi-Kofi mohlo objevit v ekonomické sekci. Nebo v příloze Podnikání.

kontakt: milan.mikulka@economia.cz (vedoucí ekonomické sekce)

MontyRich/MontyRich.cz

MontyRich může Kofi-Kofi pomoci získat více kontaktů a tím i podpořit povědomí o možnostech franšizingu, prodeje kávy a cateringu.

kontakt: zdravko.krstanov@montyrich.cz

Euro

Nejprodávanější časopis soustředující se na byznys. Je mediálním partnerem řady projektu, takže by přes něj Kofi-Kofi mohlo získat spoustu kontaktů.

kontakt: fojtik@mf.cz

Esquire

Lifestylový časopis pro muže, který nabízí rozšíření potenciální cílové skupiny.

kontakt: esquire@bauermedia.cz

L'amour

Lifestylový časopis pro ženy, který ženám opravdu rozumí. Píše o novinkách ze světa módy, gastronomie, životního stylu.

kontakt : redakce@casopislamour.cz (redakce)

Marianne

Další lifestyleový časopis pro ženy, který přichází i přílohami jako je *Marianne: We love food*.
kontakt: monika.mudranincova@marianne.cz (šéfredaktorka)

Joy

Online magazín, určeným mladší věkové kategorii je Joyonline.cz, nabízí módní, kulturní i gastro tipy.
kontakt: tereza.szkatulova@burda.cz (redaktorka) a karolina.jandacova@burda.cz (redaktorka).

Ekonom

Představení Kofi-Kofi jakožto společnosti, která se rozrostla, plus možnosti fransizingu.
kontakt: dalibor.martinek@economia.cz (šéfredaktor)

Týden

V časopise týden by se Kofi Kofi mohlo objevit jak v ekonomické sekci, tak v sekci kultury.
kontakt: fer@tyden.cz (vedoucí redakce ekonomiky a kultury)

First Class

Další z menších časopisových titulů, který působí na webu a je k dostání také v printové podobě. Zaměřený na lifestyle.
kontakt: redakce@firstclass.cz

Česká televize

Téma Kofi-Kofi by mohlo být zajímavé pro pořad Gejzír, který se věnuje mimo jiné drobným podnikatelům (mohlo by pro ně být zajímavé skládnání trucků např.), nebo například pro Události Brno během týdnu kávy.
kontakt: iveta.touslova@ceskatelevize.cz, jiri.rejman@ceskatelevize.cz (tvůrci Gejzíru), klara.majickova@ceskatelevize.cz (redaktorka zpravodajství, bývalá studentka MU)

Uvažovali jsme i nad možností **Deníků**, nicméně jsme došli k závěru, že nejsou úplně vhodnými médii. Pro některé kraje je to irelevantní a pouze pro Brno by článek nic nepodpořil, jelikož Kofi-Kofi je v Brně dobře zavedenou značkou. Výše uvedená média se nám pro potřeby Kofi-Kofi zdají nevhodnější.

KOMENTÁŘ:

- **Z denního tisku jsou v návrhu jen HN. Bez obav bych zařadil i MFD a Deník – i ten má celostátní redakci**
- **Více bych se zaměřil na gastro, např Beverage & Gastronomy a další, případně retail Zboží a Prodej například**

- **Ekonomické tituly ok, případný finální medialist by v tomhle ohledu byl samozřejmě širší**
- **U lifestylu bych byl s výběrem opatrnější. Třeba Playboy je trošku mimo**
- **Do medialistu bych zahrnul více marketingových médií – Mediář je ok, ale chybí i další**