



Public Relations

Klient: Aqualand Moravia

Zpracuje: PRgang

Případné dotazy týkající se zadání i informací o klientovi směřujte na e-mail prgang@prgang.com. Více informací o **PRgangu** najdete na webu www.prgang.com. Další informace o agentuře **Lesensky.cz** naleznete na www.lesensky.cz.

Odevzdání: Úkoly vložte do odevzdáárny

1. Potenciální partneři a konkurence v České republice

Provedení rešerše konkurence a přichystání seznamu možných partnerů pro Aqualand Moravia v Česku, s nimiž by se dala navázat spolupráce. Navíc lze krátce rozpracovat, jak by spolupráce mohla vypadat.

Výstupem by měly být dva obsáhlejší seznamy s odkazy a stručnými informacemi o subjektech i navržená forma spolupráce.

2. Potenciální partneři a konkurence na Slovensku

Provedení rešerše konkurence a přichystání seznamu možných partnerů pro Aqualand Moravia na Slovensku, s nimiž by se dala navázat spolupráce. Navíc lze krátce rozpracovat, jak by spolupráce mohla vypadat.

Výstupem by měly být dva obsáhlejší seznamy s odkazy a stručnými informacemi o subjektech i navržená forma spolupráce.

3. Tematický plán

Příprava plánu cca 12 témat, která bude možné nabídnout médiím. Témata by měla být do médií komunikována na jaře, v létě, na podzim a v zimě. Např. ke každému ročnímu období by byly přiřazeny 3 témata.

V tématech by měla být zohledněna sezónnost, různé typy materiálů směřující k médiím i odlišné zaměření redakcí. Téma by mělo být stručně popsáno, navržen obsah a prezentace materiálu pro média. Uved'te i zacílení daného tématu na média dle oblastí (zpravodajství, lifestyle, sportovní tituly, zdraví a životní styl,...) či typu (print, online, rozhlas, TV).

4. Komunikace směrem k cílové skupině studentů

Navržení, jakým způsobem a prostřednictvím jakých kanálů by měla komunikace směrem ke studentům probíhat. Cílem je odpovědět na otázky:

- Jaká bude forma komunikace?
- Které nástroje využít?
- Jaké je hlavní sdělení, které by mělo být komunikováno?

5. Komunikace směrem k cílové skupině rodiny s dětmi

Navržení, jakým způsobem a prostřednictvím jakých kanálů by měla komunikace směrem k rodinám s dětmi probíhat. Cílem je odpovědět na otázky:

- Jaká bude forma komunikace?
- Které nástroje využít?
- Jaké je hlavní sdělení, které by mělo být komunikováno?

6. Komunikace směrem k cílové skupině seniorů

Navržení, jakým způsobem a prostřednictvím jakých kanálů by měla komunikace směrem k seniorům probíhat. Cílem je odpovědět na otázky:

- Jaká bude forma komunikace?
- Které nástroje využít?
- Jaké je hlavní sdělení, které by mělo být komunikováno?

Aqualand Moravia

Aqualand Moravia je nejmodernější a největší aquaparkem v České republice. Děti i dospělí se mohou vyřádit na 14 vnitřních a venkovních tobogánech a skluzavkách s celkovou délkou více než 1,7 km. Venkovní vodní atrakce Abyss a Boomerango určené až pro 3místné rafty si mohou v letních měsících návštěvníci vyzkoušet v rámci České republiky pouze v Aqualandu. K dispozici jsou, kromě jiných, i oblíbené celoročně otevřené tobogány U-Wave, Supercrater, Wild River nebo YellowCrash. Dětem jsou určeny dětské bazény a skluzavky, užijí si také v bazénu s atrakcemi, kde mají k dispozici skákadla, šplhací síť nad vodou, bublinkovače nebo chrliče. Aqualand nabízí celkem 12 bazénů s vodní plochou 3000 m², některé s využitím vody z místního termálního vrtu, rozsáhlou wellness zónu Forum Romanum, sluneční a římské lázně, Imperium Restaurant a Coffeeland.

Více informací na webu: aqualand-moravia.cz