

vybrané (komunikační) nástroje v kampani

Miloš Gregor

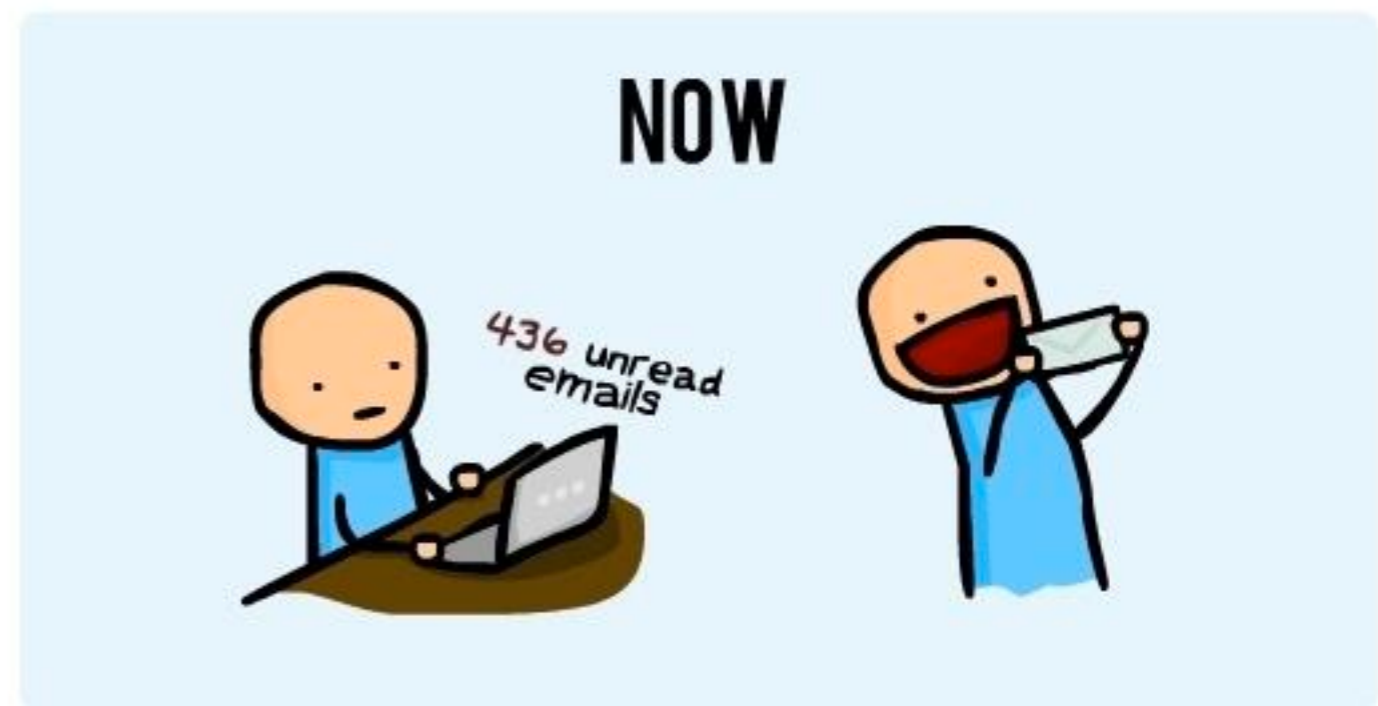
18.4.2019

POL510



direct (mail) marketing

- ▶ brožury, letáky, zkrácené programy a jiné dokumenty
- ▶ geograficky zacílené
- ▶ velmi efektivní
- ▶ telemarketing



poofytootumblr.com

mgregor@fss.muni.cz

guerilla marketing

- ▶ nekonvenčnost
- ▶ maximalizace efektu
- ▶ minimalizace nákladů
- ▶ geografické zacílení



CAUTION
WET FLOOR

CAUTION
WET FLOOR

CAUTION
WET FLOOR

CAUTION
WET FLOOR

Intense
Moisture

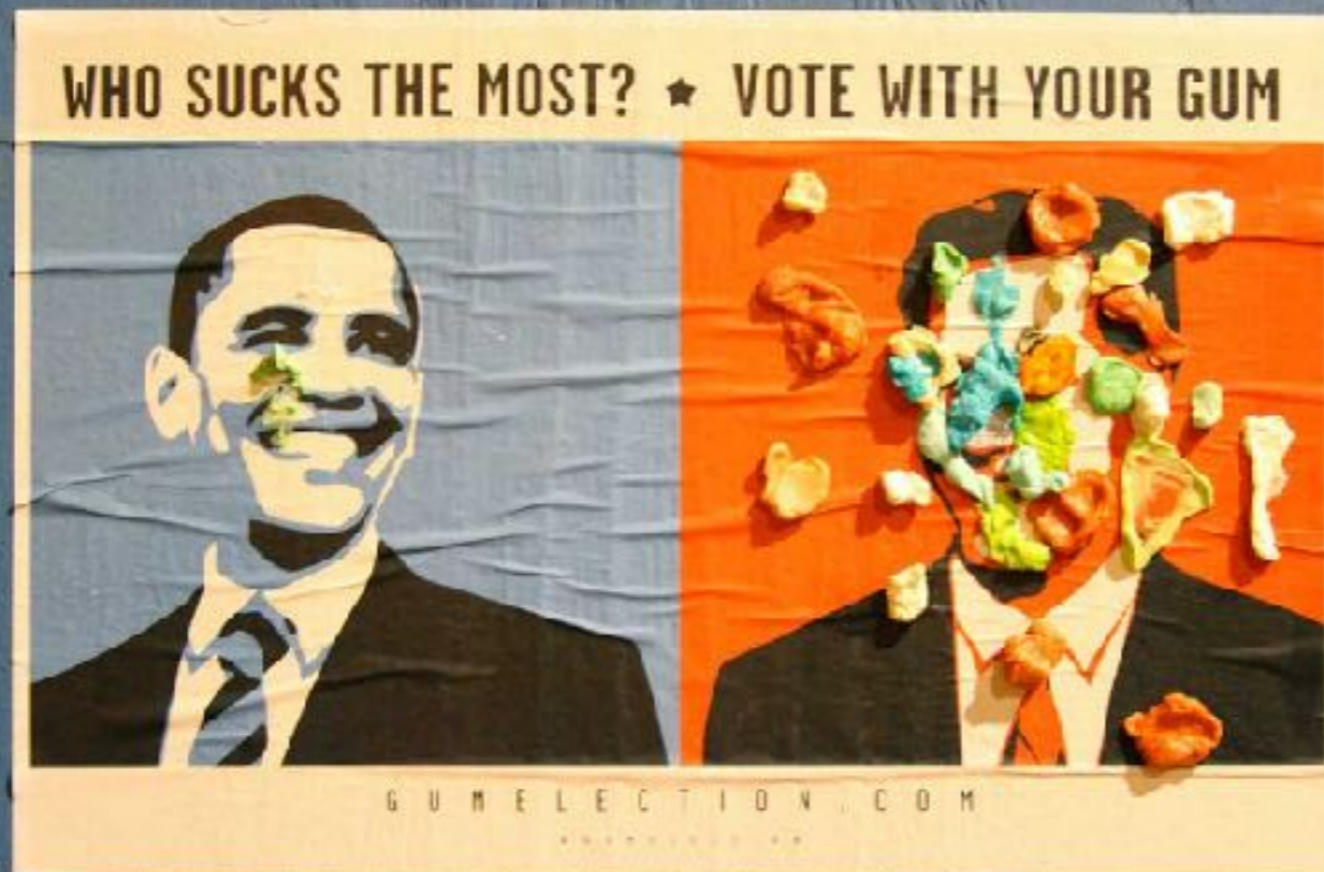
guerilla marketing



guerilla marketing



guerilla marketing



guerilla marketing

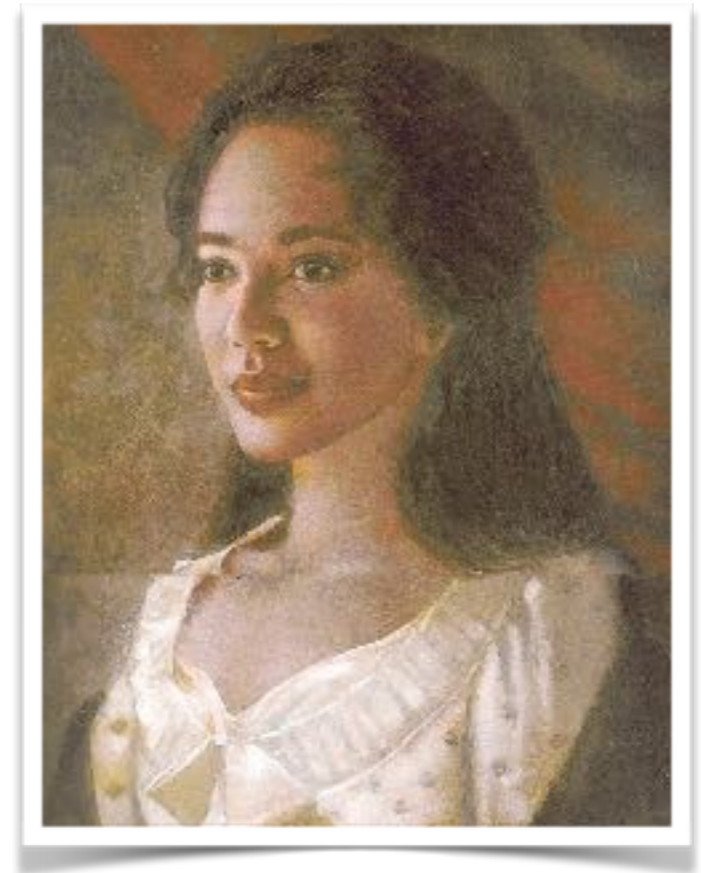


negativní reklama

- ▶ útočná
- ▶ srovnávací

negativní reklama

Sally Hemings



negativní reklama

- ▶ akce -> reakce
- ▶ ne lživé
- ▶ ověřené sdělení
- ▶ kandidát, ne tým
- ▶ načasování



negativní reklama - obrana

- ▶ předcházet útoku
- ▶ okamžitá reakce
- ▶ zpochybnění protivníkovy důvěryhodnosti
- ▶ protiútok

e-marketing

- ▶ přesné zacílení na konkrétní osoby
- ▶ různá sdělení pro různé příjemce
- ▶ levný?
- ▶ velmi vágní legislativa
- ▶ e-maily, blogy, vlogy, sociální sítě, reklamy...

“tradiční” vs. e-marketing?

sociální sítě

- ▶ uživatelé?
- ▶ k čemu je **používají** politici?
- ▶ k čemu **opravdu** vedou?

virální komunikace

message?

virální komunikace

- ▶ kontroverzní
- ▶ šíří se sama od sebe
- ▶ reakce a protireakce

virální komunikace



Přemluv bábu!

virální komunikace



virální komunikace



The Great Schlep

virální komunikace



Tea Party

virální komunikace

VYMĚŇTE POLITIKY.cz

Úvodní strana Novinky Krajské volby Kdo jsme Ke stažení Podpořte nás Presscentrum Kontakty

Zde si objednejte zaslání novinek emailem.

Prohlédněte si výsledky exkluzivního průzkumu reálných, nezmanipulovaných volebních preferencí [ZDE](#) (PDF ke stažení). Detailní výsledky průzkumu najdete na stránkách jednotlivých krajů, stačí kliknout na mapě.

Tyto stránky vznikly díky podpoře:

FOND OTAKARA MOTEJLA

Přidejte se k nám!

VYMĚŇTE POLITIKY!
98K likes

VYMĚŇTE POLITIKY!
April 4 at 1:05pm

#PanamaPaper

Vyměňte politiky

virální komunikace

The screenshot shows the top navigation bar of the 'rekonstrukce státu' website. The logo is on the left, followed by menu items: 'Zákony' (with a dropdown arrow), 'Politici' (with a right arrow), and 'Zapoj se' (with a right arrow). On the right side of the bar, there are links: '→ O nás', '→ Pro média', and '→ Aktuální'. A small flag icon is in the top right corner.

The main content area features a large heading: 'Pomozte nám prosadit 9 zákonů proti korupci a klientelismu. Sledujte, jak politici hlasují.' Below this is a carousel slide. The left slide shows a man in a blue suit holding a yellow object, with the text 'Kolik minut ročně posilujete demokracii?' and the website URL 'www.minutademokracie.cz'. The right slide is titled 'MINUTA DEMOKRACIE: Posilujete s námi demokracii! Alespoň jednu minutu měsíčně' and contains the text: 'Praha, 14.3.2016 - Rekonstrukce státu představuje nový nástroj pro snadnou komunikaci veřejnosti s politiky. Na stránce www.minutademokracie.cz se lidé mohou pravidelně zapojovat do Minutových výzev k událostem týkajícím se transparentnosti a dobrého vládnutí.'

At the bottom, there are three yellow boxes with text: 'Zatmivači: Nyní i ve vaší sněmovně!', 'Doporučení pracovní skupiny Rekonstrukce státu k novelám zákonů o', and a partially visible box on the right.

Dožeňme Botswanu

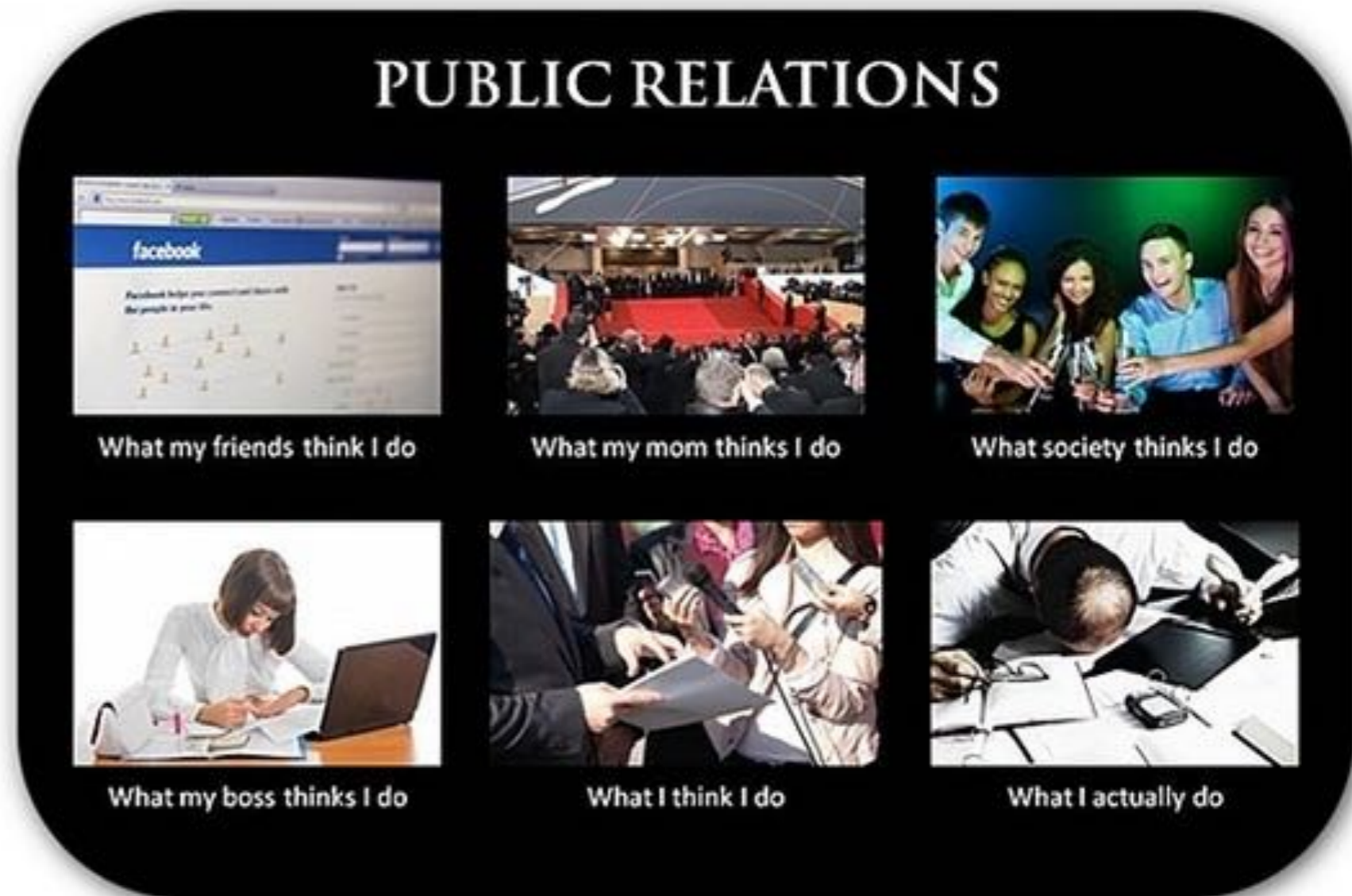
Kráska a blbec

public relations

- ▶ vytváří a udržuje **vzájemné porozumění** mezi stranou a veřejností
- ▶ **tlumočí pozitivní** myšlenky, **transformuje negativní** dojmy a názory v pozitivní; snaží se dosáhnout porozumění na základě faktů a znalostí
- ▶ proces komplexně plánované komunikace, který zahrnuje řízení image strany a její pověsti
- ▶ řídí jak pověst, tak vnímání organizace, značky a jednotlivců

rozdělení komunikace a PR

- ▶ vnitřní, tzn. interní komunikace
- ▶ vnější, tzn. vztahy s veřejností
- ▶ vztahy s médii



jak komunikovat sdělení

- ▶ **přímo** (s občany, spolky, sdruženími, reklama, vlastní média, atd.)
- ▶ **nepřímo přes média** - vždy dojde ke zkreslení; těžké odhadovat; mají větší kredibilitu

rozdělení médií

- ▶ podle periodicity
- ▶ podle zaměření
- ▶ podle nákladu/ čtenosti
- ▶ podle vlastníka

nástroje komunikace s médii

- ▶ tisková zpráva
- ▶ tiskové sdělení, prohlášení, reakce, komuniké
- ▶ tisková konference, briefing
- ▶ osobní setkání (formální vs. neformální)
- ▶ rozhovor, exkluzivní info
- ▶ expertní články

JAKÉKOLIV VEŘEJNÉ VYSTOUPENÍ

zdroje a utajení

- ▶ **na záznam** (on the record) - plná citace všeho i se zdrojem
- ▶ **bez zdroje** (unattributable) - plná citace všeho bez uvedení zdroje
- ▶ **mimo záznam** (off the record) - informace není určena k uveřejnění, jen pro novináře

...terminologické zmatení

narativ



děkuji za pozornost.

mgregor@fss.muni.cz