



## Public Relations

**Klient: STAREZ-SPORT, a.s.**

**Zpracuje: PRgang**

**Případné dotazy** týkající se zadání i informací o klientovi směřujte na e-mail [prgang@prgang.com](mailto:prgang@prgang.com). Více informací o **PRgangu** najdete na webu [www.prgang.com](http://www.prgang.com). Další informace o agentuře **Lesensky.cz** naleznete na [www.lesensky.cz](http://www.lesensky.cz).

**Odevzdání:** Úkoly vložte do odevzdávacího boxu

---

### STAREZ-SPORT

Společnost STAREZ – SPORT, a.s. je provozovatelem brněnských sportovních a rekreačních středisek. Zabezpečuje chod Koupaliště Riviera, Aquaparku Kohoutovice, Městského plaveckého stadionu Lužánky, Kluziště za Lužánkami, Lázeňského a relaxačního centra Rašínova, Krytého plaveckého bazénu Ponávka, Letního koupaliště Zábřovice a Hřiště na malý fotbal Lužánky.

**Více informací na:** [www.starezsport.cz](http://www.starezsport.cz) nebo na Facebooku: **Sportujeme v Brně**

---

**Celkový cíl:** Oslovení skupiny středoškolských a vysokoškolských studentů v Brně. Zvýšení návštěvnosti sportovišť sdružených pod organizací Starez.

#### 1. Media list – databáze médií a vytipování klíčových kontaktů

Vytvoření databází médií, ke kterým by bylo vhodné téma komunikovat. Společně s tím mohou být označeni konkrétní novináři, které by téma mohlo zajímat. Média lze rozdělit do několika oblastí (regionální - JMK, sportovní, lifestyle a volný čas).

Výstupem by měla být tabulka s médii i konkrétními kontakty, ideálně v rozmezí od 40 do 60 kontaktů na jednotlivá média.

#### 2. Sociální sítě

Navržení obsahové strategie pro stávající sociální sítě organizace. FB profil: „Sportujeme v Brně“. Případně návrh založení profilů na vybraných sociálních sítích. Studenti budou vycházet ze stávající komunikace organizace.

Cílem je připravit návrh tonality komunikace, konkrétní příspěvky i nápady, jak by bylo možné obsah vylepšit. Výstupem by měla být obecná strategie, jak komunikaci uchopit i návrh příspěvků po dobu jednoho měsíce.

Lze připravit strategii pro každý profil/sociální síť zvlášť.

### **3. Formy oslovení novinářů**

Navrhněte možnosti, jak zaujmout a oslovit regionální a sportovní novináře. Navrhněte podobu standartních nástrojů (tisková konference, tiskové materiály apod.). Vymyslete netradiční způsoby oslovování médií (např. prohlídka zázemí sportovišť, účast na vybraných akcích Starezu, rozhovory se sportovci apod.).

### **4. Nástroje komunikace směrem ke studentům**

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

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

### **5. Tematický plán**

Příprava plánu témat, která bude možné nabídnout médiím. Doporučujeme přizpůsobit na konkrétní časové období. Příprava půlročního tematického plánu – ke každému měsíci (květen – říjen) by byly přiřazeny 2 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 a navrženo zacílení na média dle oblastí či typu (print, online, rozhlas, TV).