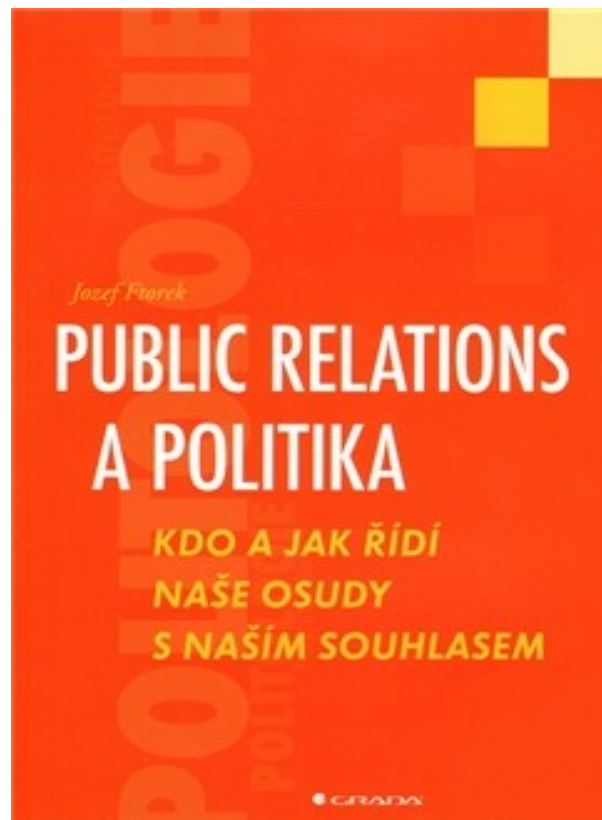
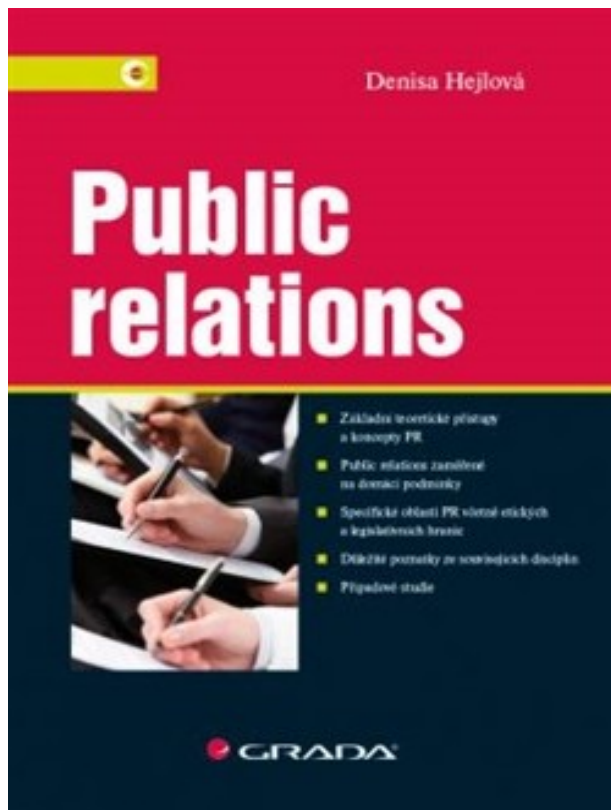




Public relations I.

- PR jako součást komunikačních studií a marketingového mixu
 - Definice oboru, jeho historie a rozvoj.
- Cíle a metody PR. Zájmové skupiny. Publicita, image, reputace.
 - Étos PR, potenciální společenská prospěšnost.



HEJLOVÁ, Denisa: Public relations. Grada, Praha 2015.
FTOREK, Jozef: Public relations a politika. Grada, Praha 2010.
TOMANDL, Jan: Jak účinně oslovit média, Cpress, Brno 2011.

Public relations

Public relations (vztahy s veřejností) představují **praktickou aplikaci společenských věd**

Public relations existují v kontextu:

- mediálních a komunikačních studií
- marketingu a managementu
- politických věd

Public relations

Public relations přijímají a využívají podněty z různých oborů:

- psychologie
- sociologie
- politologie
- ekonomie
- žurnalistika
- kulturní antropologie
- filozofie/etika



Primeros condom sdílel(a) událost.



Včera v 10:12 · ⚙️

Honza ❤️ byl cool kid, veselej kluk a rváč. Shořel i za Tebe a Tvoje free statusy na fejsíčku? Zvedni zadek 🍑 a pojď do kina. Jako bonus dostaneš Primeros 🍑 tričko, když nám pošleš do PM fotku 📸 s lístkem.



SO, 19. 1. V 19:30

Jan Palach v Kině Pilotů

Kino Pilotů · Praha



Film · 136 lidí

★ Mám zájem



34 komentářů



Primeros condom Zdravim vsechny rozhorcene uvedomele obcany- tohle je pribeh postu v kostce: V utery jsem byli v nasem oblíbenem kine a zjistili, ze na vyroci umrti Jana Palacha se tam nic nedeje. Upozornili jsme majitele, jestli s tim chce neco udelat a domluvili sobotni projekci filmu Roberta Sedlacka a slibili, ze zpravu o projekci posleme mezi nase fans. Vzhledem k tomu, ze pracujeme s cilovkou 15-25 nechteli jsme vyhodit pateticky status, jako vsichni ostatni. To je vse, jsme ceska znacka, nemame agentury, chteli jsme do kina dostat i lidi, kteri statusy o JP preskakují. Sahnete si do svedomi, co jste pro to, aby se nezapomelo udelali kazdy z vas. Tohle neni zadny marketing, jen nase osobni iniciativa, stejne jako je nase i znacka Primeros.

To se mi líbí · Odpovědět · 1 h



3



Filip Štancil Ano, tohle není žádný marketingu, tohle je in-house nevkus...

To se mi líbí · Odpovědět · 58 min. · Upraveno



4



Markéta Bajerová Je vidět, že nemáte agenturu:D

To se mi líbí · Odpovědět · 1 h



6



Jirka Mudr Markéta Bajerová Nejen agenturu, ale ani soudnost.

To se mi líbí · Odpovědět · 1 h



3

...



Kajetán Tvrdík Primeros condom zadna znacka neni omluva takovyhle prasarny

To se mi líbí · Odpovědět · 57 min.



4



Tomáš Němec Je myslím určitý prostor mezi nepatetickým statusem a tím, co jste vyhodili vy. Nejsem "uvědomělý občan", mám rád černý humor, dovedu pochopit a docením i dosti drsnou satiru. Ovšem pak také existuje cosi jako míra vkusu a tu jste dle mého názoru překr... [Zobrazit více](#)

To se mi líbí · Odpovědět · 55 min.



8



Tereza Macháčková Primeros condom Byt cilovka 15-25, cítím se velmi urazena.

To se mi líbí · Odpovědět · 44 min.



1



Markéta Hedbábná Markéta Bajerová ani důstojnost

To se mi líbí · Odpovědět · 38 min.



1

Marketing

- *„Společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot.“ Philip Kotler*
- Celkové zaměření na zákazníka/klienta, důkladné zjišťování potřeb a zájmů cílové skupiny.
- Nabízení výrobků, služeb a idejí, které mají pro cílovou skupinu co největší přidanou hodnotu, a to ve správný čas, v ideálním místě, optimálním způsobem a za vhodnou cenu.

Marketingový mix



Marketingový mix je souhrn či spojení čtyř základních marketingových nástrojů.



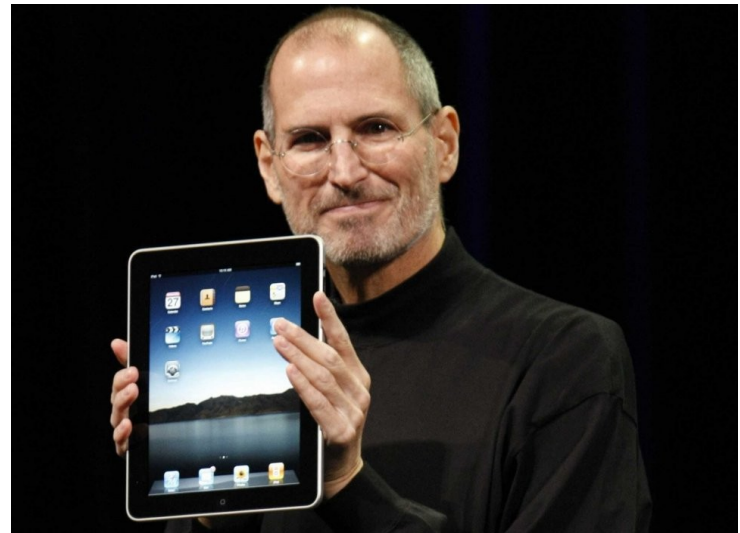
Product



Place



Price



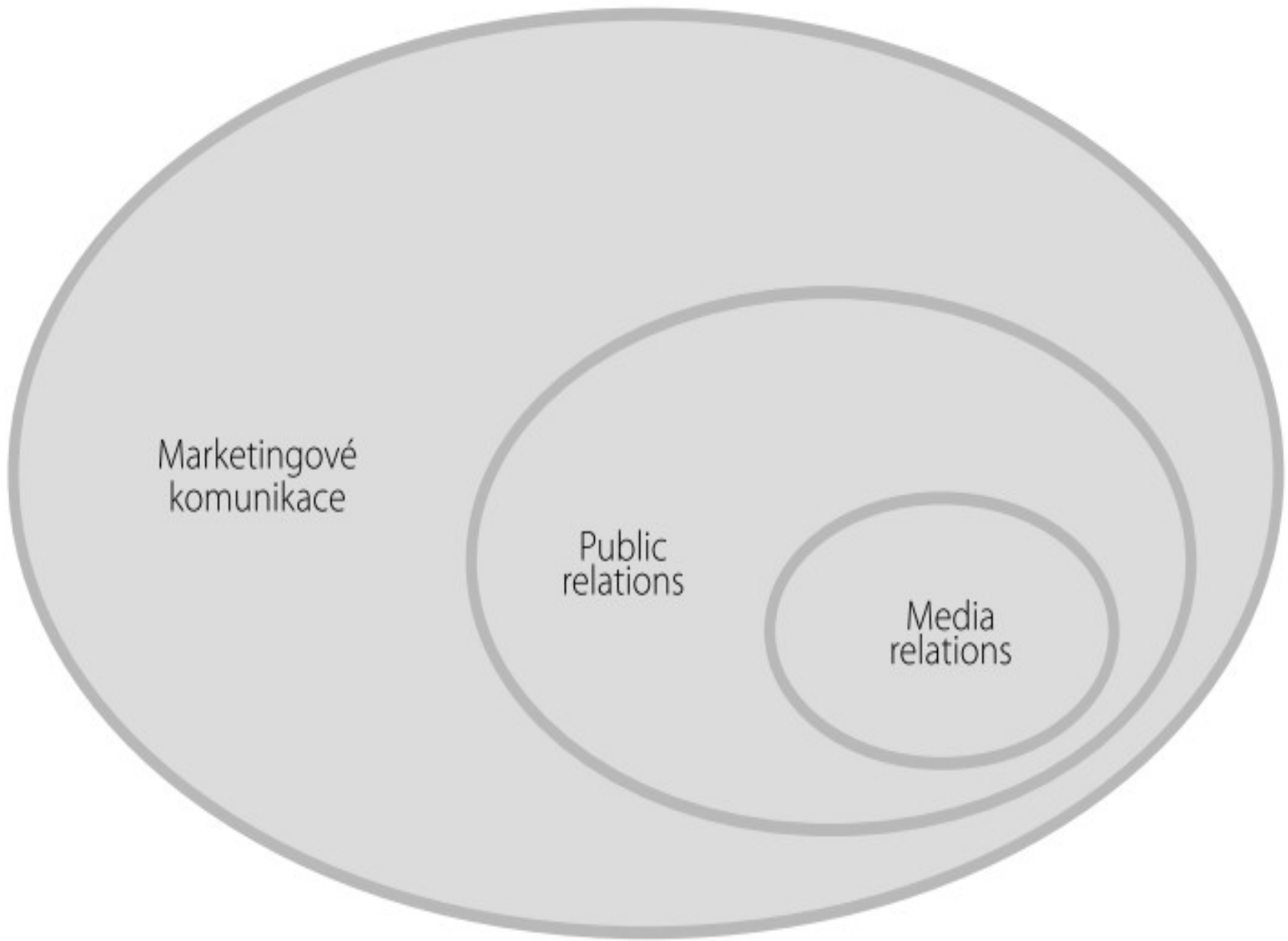
Promotion

Marketingová komunikace

- Sdělování a šíření komerčních i nekomerčních sdělení od určitého odesílatele k publiku (potažmo trhu), a to za použití marketingového přístupu a prostředků.
- Cílem marketingové komunikace nejčastěji bývá podpora obchodních snah a získání zákazníka.
- Marketingové postupy lze ale účinně užívat i v neziskovém sektoru, kultuře, politice a dalších sférách společnosti, jež stojí spíše na idejích než na hmotných produktech.
- Získává se tak kulturní publikum, voliči, podporovatelé, donátoři, sponzoři, investoři, zaměstnanci, věřící...

Složky marketingové komunikace

- **Reklama**
- **Podpora prodeje** – slevy, kupony, dárky, odměny, soutěže, loterie, vzorky
- **Public relations** – řízení vztahů s veřejností
- **Osobní prodej**
- **Přímý marketing** – adresné oslovování konkrétních zákazníků – e-mailing, telemarketing, direct mail...
- **Sponzoring**
- **Veletřhy a výstavy**



Marketingové
komunikace

Public
relations

Media
relations

Public relations

- Náplní public relations je vytváření dobrých vztahů mezi organizací a veřejností, vytváření kladných postojů k organizaci, získávání veřejné podpory a získávání a udržování pozitivní pozornosti pro organizaci, její záměry, ideje či produkty.
- *„PR je proces strategické komunikace, který vytváří oboustranně výhodné vztahy mezi organizacemi a jejich publiky.“* (Public Relations Society of America)
- PR využívají firmy, politici, neziskovky, města, úřady i státy.
- **Nesmí však jít o manipulaci s veřejným míněním s mocenskou či kořistnickou ambicí.**

Nástroje PR

- Mediální nástroje (tiskové zprávy, tiskové konference...)
- Eventy (výstavy, veletrhy, roadshow, slavnostní otevření, prezentace, přednášky atd.)
- Digitální nástroje (web, sociální sítě, video, viral...)
- Sponzoring a lobbying
- Krizové nástroje
- Endorsement

...

Oblasti public relations

- **Media relations** – vztahy s médii
- **Government relations** – vztahy s vládními institucemi
- **Community relations** – vztahy s komunitou, v níž organizace působí
- **Employee relations** – interní komunikace (podmínkou pro úspěšné PR je pozitivní vnitřní soulad v organizaci)
- **Investor relations** – vztahy s investory
- **Public affairs**

PR se obrací na různé cílové skupiny, které jsou pro organizaci významné – říká se jim **stakeholders**

#OgilvyCannes

Everything is PR.

—STUART SMITH
GLOBAL LEADER, PR & INFLUENCE
OGILVY

Ogilvy



Reklama vs. Public relations

Reklama	Public relations
Mediální prostor je zaplacený.	Mediální prostor je získaný bezplatně prostřednictvím vzájemné komunikace a dodáváním důvěryhodných a kvalitních informací médiím.
Co si vymyslíte vy nebo agentura, to média otisknou.	Musíte nabídnout něco, co zajímá novináře.
Nízká důvěryhodnost.	Vyšší důvěryhodnost.
Reklama se snaží upoutat pozornost, chválí, vybízí ke koupi, působí podprahově.	PR informují, vysvětlují, předkládají argumenty, snaží se apelovat na intelekt publika.
Náklady na reklamu obvykle tvoří asi 70 procent firemních marketingových rozpočtů.	Náklady na PR tvoří asi 30 procent marketingových nákladů firem.

Reklama vs. Public relations

Reklama

- Je **krátkodobá**, kampaňovitá
- Objevuje se na vymezených a **označených místech**
- Je hodně **persvazivní**
- Obsahuje **jasný apel**
- Vytváří **monolog**
- Soustředí se na **jednu akci**

Public relations

- Jsou **dlouhodobé**
- Působí **skrytě**
- Probíhají **kdekoliv**
- Jsou málo **persvazivní**
- Nemusí obsahovat zjevný apel k akci
- Vytváří **dialog**
- Zabývají se **širšími souvislostmi** a tématy

Advertorialy

DarwinLife | The Rise & Rise of Darwin Property Market



MSP LEGAL

Entering the property market can be a daunting prospect. The complexities of contracts, statutory requirements and laws means often buyers or sellers can find themselves too deep into transactions, having never fully understood the risks. One of the most important considerations in purchasing real estate is knowing who to talk to that can support you through it.

MSP Legal is a boutique law firm providing personalized conveyancing and legal services to Territory customers from its office in Darwin. By since 2009. With greater access to senior practitioners, one of the many advantages of a boutique firm is cases being far more closely supervised. With a focus on personal property services, MSP Legal supports clients and families through what is often the biggest investment in their lives.

Conveyancing is a necessary part of your property transaction, but it can be complex. The advantage of choosing a legal firm for your conveyancing is they have the ability to anticipate impending risk, and prevent it. If things go wrong they are familiar with the detail so problems can be more quickly resolved, without the extra cost of paying a separate conveyancer.

MSP Legal offers a more comprehensive service to clients by providing secondary advice, not limited to purchasing. Important advice on risks and consequences, options for ownership as a trust, company, or partnership

for example, and of course a Legal Will now that you have a major asset, are all vital considerations for the new income.

MSP Legal offer a comprehensive conveyancing service that ensures your contract is watertight, but also addresses compliance issues, amendments to terms and conditions, dealing with titles, zoning, access, arrangements of various required reports, co-ownership issues, GST and other tax implications, stamp duty, council expenses, and discharge lodgements to name a few. Many of these services are outside of the responsibility of the conveyancer, so once their service is complete, you then need to engage the service of a lawyer anyway. MSP legal provide support and expert guidance and take an insurance like approach – by investing in services that deal with all the little details in the beginning, you prevent major issues in the long term.

Despite the cliché about legal fees, MSP legal in most cases are more affordable than sole conveyancing. "We charge as much as

conveyancers do or equivalent but as lawyers we have greater qualifications to deal with any hiccups if they arise. When difficulties do arise we can deal with them more expeditiously and more cost effectively." Says partner Peter Marston.

MSP Legal is proudly Terrestrial. Partners Maria Savva, Peter Marston and Pipina Papadimitriou have studied, been educated, and worked in the Northern Territory throughout their professional lives.

and provide generous professional support wherever possible to the Top End community. Call them today to find out how they can help.

MSP LEGAL

T +61 8 8980 6177 | F +61 8 8980 3899
E info@mlegal.com.au | W www.mlegal.com.au
6/12 Marina Boulevard, Darwin Bay NT
GPO Box 5593, Darwin NT 0801

20 January 2013 | DarwinLife Magazine

ADVERTORIAL

Cable Technologies

The Culture of Quality Customer Service



Paul E. "Pete" Morse Jr., President, Cable Technologies International

pmorse@cabletechnologies.com

A 30-year veteran of the cable industry, supporter of SCTE, a member of CCTA and the ACA, Pete started his own company in 1986. Prior to this he was VP of marketing and new business development for Motorola (CI). He holds a B.E.E.E. from Drexel University and a master's in business administration from Temple University. In addition, Pete also consulted for various CATV companies.

What distinguishes a great company from any other company? Why is one company able to stay in business and grow for years while others have trouble growing and prospering? Any company can offer products or services but few are really successful. What is this magical secret that so eludes most businesses? The secret is simple: *quality customer service!*

As they say, "It's easier said than done." Quality customer service is not an expression or simply words. Quality customer service cannot be purchased. It is an attitude. It is a culture within a company. And that culture starts at the top. If the business has not grown up with this culture then it is difficult to cultivate.

In this day of high-tech advances in communications — with iPads, iPods, smart phones, e-mail, Internet, voice mail, Wi-Fi, Skype, the cloud — one would think that business would be easy and would flourish, but that is not always the case. Many businesses struggle day in, day out and those that seem successful could be even more successful. In this period of technology, reverse auctions and online bidding, quality customer service has practically disappeared.

Has this happened to you?

How many times have we all tried to reach someone to help us with a problem or answer a question only to be greeted by, "push one to pay your bill, etc., etc." Frustrating? Infuriating? Yep, and it is getting worse. It is not that way at successful companies and certainly not that way at Cable Technologies International.

What we do

Does Cable Technologies International offer products? Of course we do — high-definition cables, cords, HDMI, equipment repair, shoe covers, power packs, remote controls, character generators and the

product line is long and growing — but what has kept our company growing for the last 25 years and keeps our customers coming back year after year? The answer is our quality customer service. We pride ourselves that when you call you will reach a real person on the phone who can help you answer your question or solve your problem. If not, they'll personally connect you to the person you need. At Cable Technologies International customer service is our culture. So — whether we are repairing your line gear, digital set-top boxes, fiber optics, power supplies or headend equipment; or whether we are providing you with the latest in high-definition cables like the 3-D HDMI cables for the newest TV sets or remotes with large buttons geared to



The demise of quality customer service will be another nail in the coffin of businesses throughout the world.

those that are more comfortable with larger buttons or innovative remotes like our Car Remote; or whether we are serving the U.S. market, the Latin American market, the European market or any other market — great customer service is key to a happy and contented customer who returns on a regular basis.

Customers know

But how do you measure one's quality of customer service? Unfortunately there is no yardstick, report or scientific measurement, but there is one gauge that always works and is infallible — customers. Do they keep coming back? Do they speak highly of you and your company? Hopefully so, because the demise of quality customer service will be another nail in the coffin of businesses throughout the world.

Check us out

With sales and manufacturing facilities in Pennsylvania, New York and Colorado, Cable Technologies International offers a broad product line of both new and refurbished products for all aspects of the CATV industry. Please check out our Web site for a complete list of products and services available.

Product Preview 6

Broadband Library — Product Previews

Reklama zpracovaná jako redakční materiál.

Klíčové pojmy PR

- **Publicita**

- Neplacený prostor v médiích věnovaný organizaci, osobnosti nebo tématu
- Pozitivní x neutrální x negativní

- **Image**

- Image je způsob, jímž vnímá veřejnost organizaci nebo její produkty. Jde o mozaiku asociací, jež vytvářejí celistvý obraz.

- **Reputace**

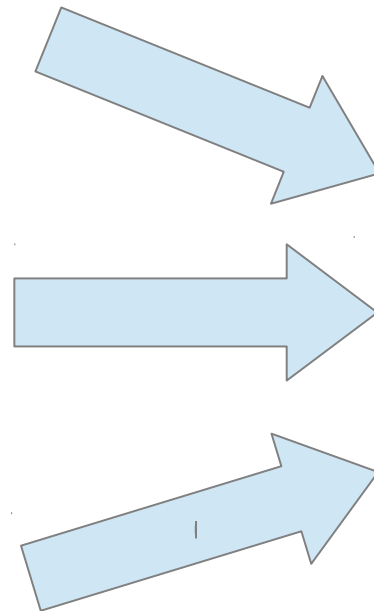
- Dobrá pověst
- Věrohodnost, spolehlivost, důvěryhodnost, zodpovědnost

Klíčové pojmy PR

- **Firemní (korporátní) identita** – to, jak se firma prezentuje navenek i uvnitř, její komplexní „osobnost“, často reprezentovaná značkou (brand) či více značkami
 - **Firemní design** – logo, logotyp, grafický manuál atd.
 - **Firemní filozofie** – Google: „*Don't be evil*“
 - **Firemní hodnoty** – Společenská odpovědnost, přístup k zaměstnancům i zákazníkům atd.
 - **Firemní komunikace** – Se zákazníky i zaměstnanci
 - **Firemní kultura**

Tvorba image

- Firemní filozofie
- Korporátní design
- Komunikace
- Firemní kultura
- Produkt



Image

Image je představa, kterou si veřejnost vytvoří o nějaké osobě, podniku nebo instituci. Skládá se jako mozaika z řady faktů, dojmů, zkušeností i iluzí.

The World's Most Reputable Companies In 2016

1. Rolex
2. The Walt Disney Company
3. Google
4. BMW Group
5. Daimler (Mercedes-Benz)
6. LEGO Group
7. Microsoft
8. Canon
9. Sony
10. Apple

Zdroj: Forbes, Reputation institute, online polls of more than 240,000 people in 15 countries, such as China, the United States, Germany, Russia, Brazil and others.



Bata

Obouváme svět



99,-

Rámová polobotka s jemného boxu. Pro ušší nohu. Hodi se ke všem tvarům káblů.

Správná společenská polobotka. Jasně bezvadně kolem kostiček, dříve se doplněná a noha se v ní neklouže.

Váše sebevědomí a společenskou jistotu na mladých parketách zvýší naše dokonalá lakovaná polobotka. Nechyťte se smokingu a fraku.

Tato široká rámová polobotka poskytně Vám radostný pocit volnosti a pohodlí. Je posílená Váši nohy pro budoucnost.

Do tance a společnosti.

Bata



Bata

Baťa – komplexní firemní identita

- Silná firemní komunikace, vzdělávání zaměstnanců (Baťovy školy práce), důraz na etiku a morálku
- Transparentnost a otevřená komunikace (exkurze v továrnách)
- Zájem o prosperitu celého státu a regionu, komplexní budování nových čtvrtí, měst, infrastruktury
- Péče o zaměstnance – závodní lékaři, sportovní kurzy
- Vlastní filmové studio, nakladatelství, silná vizuální identita
- Prvomájové průvody a další lidové slavnosti





