

A. Projekt a jeho řízení

Název: Kampaň pro zvýšení povědomí o značce

Klient: univerzitní hokejový tým HC Masaryk University

Kontaktní osoba na straně klienta: pan Jaroslav Garai, email: jaroslavgarai13@gmail.com

B. Současný stav

Hokejový tým Masarykovi university čeká v zimě 2020/2021 čtvrtá sezóna. I přes téměř každoroční dvojnásobný přírůstek průměrné návštěvnosti se tým potýká s nízkým povědomím o značce mezi student a odlivem 25% svých fanoušků.

C. Cílový stav

Zvýšit obecné povědomí o aktivitách hokejového týmu HC Masaryk University

D. Uskutečňované aktivity

Dle přílohy 1 Report. Další informace na vyžádání od kontaktní osoby.

E. Cílová skupina

Studenti Masarykovy univerzity. Zvolit si v rámci rešerše 2-3 fakulty MU a dle toho vypracovat konkretizovanou komunikační kampaň. Klient upřednostňuje ESF, FSPS, FSS.

F. Hodnocení kampaně

Variabilita a priorita. Variabilita ve smyslu odlišné komunikace se studenty různých fakult, viz cílová skupina.

G. Technické informace

Rozpočet je 50 000 Kč.

Barevné ladění, fond písma, logo, heslo, aj. dle obrázku Brand Assets. Priority stanovené dle pyramidy, tj. Key – třeba uvádět všude.

