

Propagace a média (nk2285)

Michal Jilka

Požadavky na splnění předmětu

- Vypracování závěrečného projektu a jeho odevzdání do ISu
- Zkouška

Struktura seminářů

Datum	Téma
8.3.	Představení a seznámení s obsahem předmětu Specifika sportovního marketingu, marketingová komunikace a komunikační mix, Corporate Identity, Public relations a mediální plánování, Brand Awareness
29.3.	Digitální marketing ve sportovním prostředí
26.4.	Digitální marketing ve sportovním prostředí, PRE proces – audit, cíle, strategie a plány,

Závěrečný projekt

- Vypracování ve skupině (max 4) nebo jednotlivě
- Nahrání kompletně zpracovaného projektu do odevzdávárny
- Téma: Propagace sportovní akce (reálné i imaginární)

Závěrečný projekt

- Analýza současného stavu akce z pohledu corporate identity
- Vyhodnocení Brand Awareness
- Stanovení strategických cílů a stanovení cílů pro komunikaci
- Vymyslet formu propagace
 - 1x návrh min. 1 webové stránky, tzv. landing page
 - Copywriting
 - Grafika
 - nakreslený ručně / vytvořený mockup / vytvořený v nějakém CMS / nakódovaný
 - nebude-li nakódovaný nebo v CMS, nutný popis jednotlivých prvků
 - Technické prvky – SEO /klíčová slova, title, description, nadpisy/, analytika
 - 2x příspěvek na Facebooku – včetně copy, grafiky, analytiky aj.
 - 2x příspěvek na Instagramu – včetně copy, grafiky, hashtagů aj.
 - 1x e-mail – včetně copy, grafiky /ručně, mockup, Mailchimp.../, CTA...
 - 1x tisková zpráva

The 7 Ps of Service Marketing



Kar (2010)

Sportovní produkt

- Sportovní hra
- Přitažlivost sportovních hvězd
- Výbava a výstroj, merchandising
- Novinky a nápady
- Místo
- Personál a proces
- Vstupenky a tiskové materiály
- Elektronické produkty
- Organizace



Cíle marketingové komunikace

- Poskytnout informaci
- Vytvořit a stimulovat poptávku
- Odlišit produkt
- Zdůraznit užitek a hodnotu produktu
- Stabilizovat obrat
- Vybudovat a pěstovat značku
- Posílit firemní image

<https://bit.ly/2GxUSkh>

Biathlon NMNM
Zveřejněno Michalem Jilkou [?] · 21. prosince 2018 ·

Bohužel se potýkáme s problémy s naším webem biathlonnmnm.cz 😞😞 Na jejich odstranění pracujeme. Prosíme o trpělivost. V případě dotazů se na nás neváhejte obrátit zde. Omlouváme se za komplikace.

Update 12:25: příčiny problému už máme, teď to jen vše nahodit... Díky za trpělivost

Update 14:20: bohužel je problém závažnějšího charakteru. K vyhledání vhodného parkovacího místa využijte aplikaci od Waze Česká republika

Update 14:45: konečně fungujeme! Ještě jednou všem díky za trpělivost a užijte si závody 😊

MARTINGABRYS. NMNM MAP

10 355 Oslovení lidí 1 335 Zájem

Vašek Rybáček, Monča Mončičák Sop...

Biathlon NMNM
Zveřejněno Michalem Jilkou [?] · 22. prosince 2018 ·

A to je jenom začátek...! 🤔👍 #biathlonnmnm #biathlon #celebratingbiathlon #nmnm18 #nmnm2018 #superbowl #biathlonvyraj

08 em Propagovat příspěvek

ová a 483 dalších 6 komentářů 20 sdílení

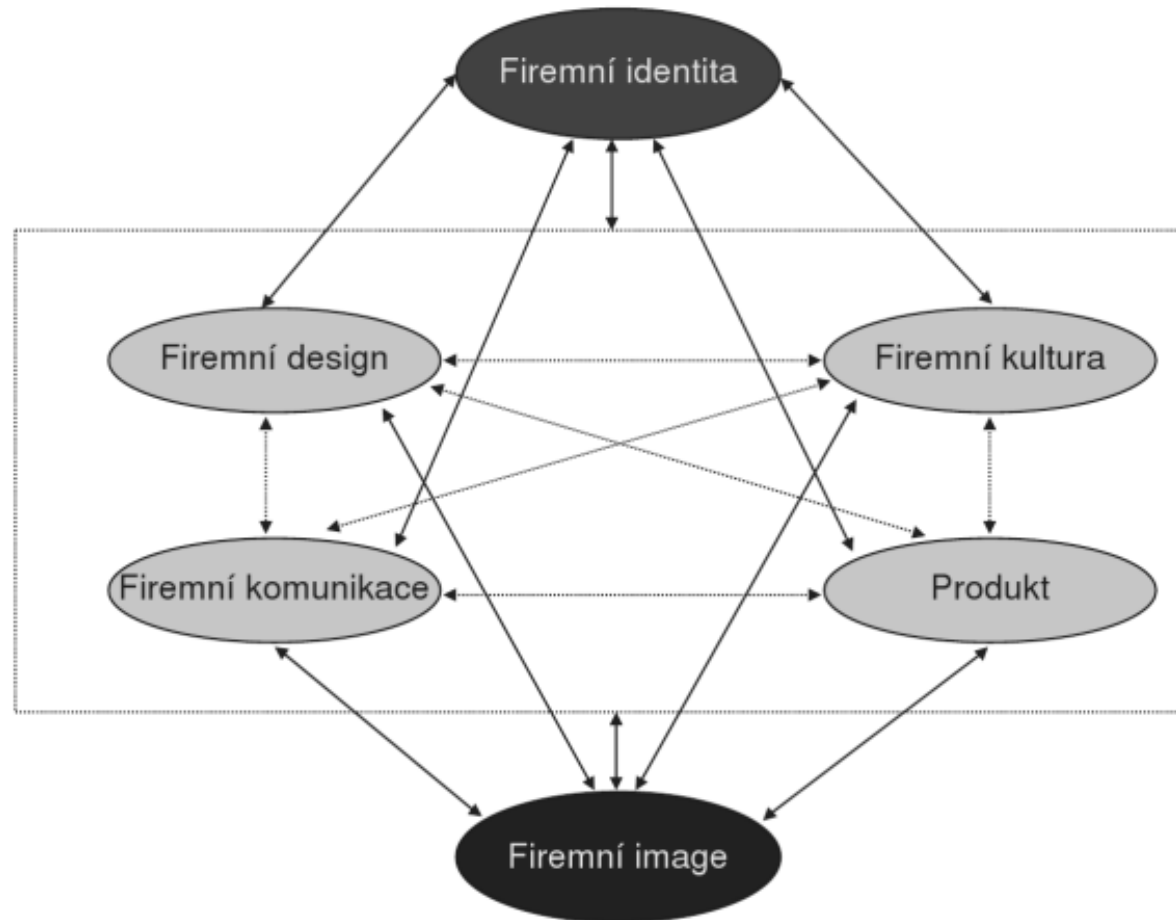
13 646 Oslovení lidí 1 684 Zájem Propagovat příspěvek

221 2 komentářů 25 sdílení 4,6 tis. zhlédnutí

Komunikační mix

- Reklama (dresy, oděvy, start. čísla, mantinely, nářadí, náčiní, tabule, panely)
- Podpora prodeje (snížení cen, programy pro věrné zákazníky, kupóny)
- Osobní prodej
- Direct marketing (e-mailing, telemarketing, SMS marketing, katalogy)
- Event marketing (program pro zákazníky – sport, umění, gastro, dětské)
- Guerilla marketing (netradiční využívání mark. prostředků, maximální efekt za minimum nákladů)
- Virální marketing (sociální sítě, pošta, mobilní telefon)
- Product placement
- Public relations
- Internetová komunikace

Corporate identity (Vysekalová & Mikeš, 2009)



Corporate design (Black, 1994; Clow & Baack, 2008; Svoboda, 2009; Voráček, 2012; Vysekalová & Mikeš, 2009)

- Název organizace
- Logo a jeho zkratka (písmo + typografie)
- Emblém nebo symbol
- Uniformy a oblečení
- Firemní produkty a jejich grafika
- Interiér, označení budov, fanshopů
- Tiskoviny
- Fotografie, videa
- Webové stránky, online prezentace

Corporate communications (Vysekalová & Mikeš, 2009)

- Všechny komunikační prostředky jakožto komplex chování, kterými firma o sobě něco sděluje – komunikace s vnitřním i vnějším prostředím
- Hlavním cílem je budování pozitivních dlouhodobých postojů k organizaci

Corporate culture (Vysekalová & Mikeš, 2009)

- Vyjadřuje charakter organizace, celkovou atmosféru, chování pracovníků, vzorce chování, myšlení, sdílené hodnoty atd.

Značka vs. brand

ZNAČKA = jméno, symbol, barva, design a jejich kombinace pro takovou identifikaci výrobků nebo služeb, která je bude odlišovat od zboží a služeb konkurentů.

BRAND = nese v sobě schopnost odlišit „své“ výrobky od ostatních. Je s výrobkem/službou pevně spjatý, je jedinečný, zapamatovatelný a srozumitelný. Zákazníci jsou za „logo“ ochotni více zaplatit.

JUVENTUS



1905



1921



1929



1931



1940



1971



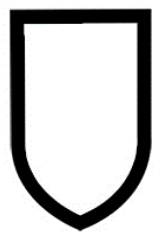
1979



1990



2004



+



+

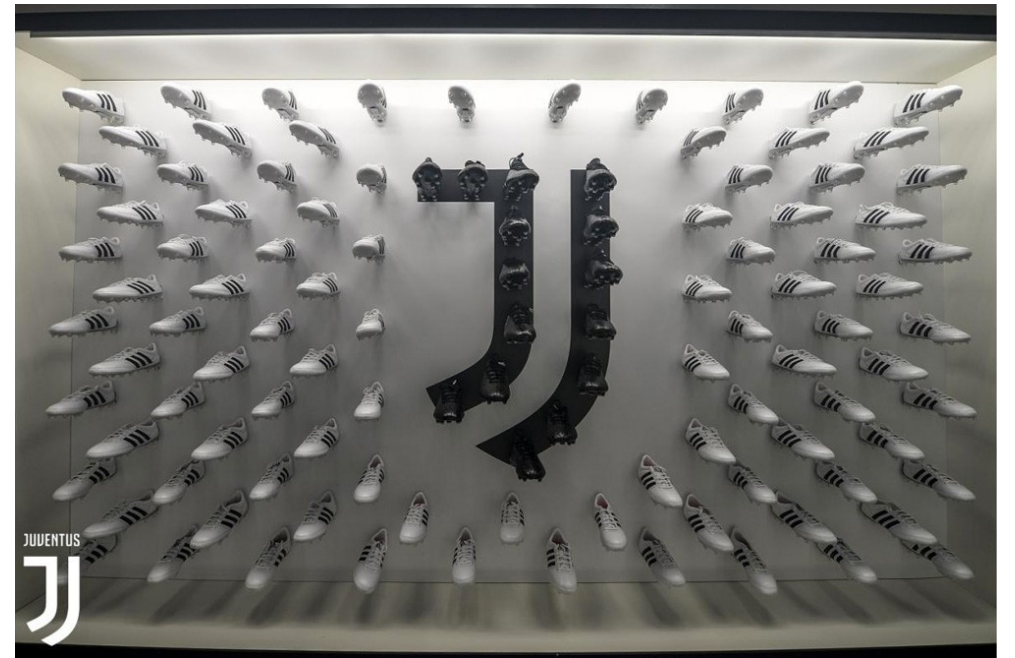


=



JUVENTUS

**BLACK AND
WHITE AND MORE**



Hummel Open Game

- 2. největší florbalový turnaj v České republice
- hraný po celém Brně – 15 hal, 17 hřišť
- letos v červnu 12. ročník – všechny ročníky červnový termín
- 1. ročník jako Diadora Open Game, od 2. ročníku Hummel Open Game






BRNO 10. ROČNÍK
OPENGAME
2016

16. 6. - 19. 6. / 23. 6. - 26. 6.

SH Univerzity Obrany
CESA VUT
SH Hattrick Brno
Tatran Bohunice
TJ Tesla Brno
TJ SKKP Brno
TJ Start Brno
VSŠ Veterinární
ISŠ Automobilní
Univerzitní Campus
ZŠ Čejkovická








BRNO 10. ROČNÍK
OPENGAME
2016

Filip KEJÍK (CZE)

o Hummel Open Game

„Open Game je pro mě poznávání lidí hlavně po večerech a mimo hřiště.“

BRNO 10. ROČNÍK
OPENGAME
2016

Vyberte kategorii

Vyberte tým

OK

Created by Back2flash.com

BRNO 2016
OPENGAME

16.-19.6./23.-26.6.







Public relations

- *„Jako PR označujeme ty formy komunikace managementu, které organizaci pomáhají přizpůsobit se jejímu okolí, měnit je nebo udržet, a to se zřetelem k dosažení cílů organizace“ (Svoboda, 2009).*
- *„PR je činnost vytvoření a udržení dobrého jména organizace s různými zástupci veřejnosti (zákazníky, zaměstnanci, investory, dodavateli, atd.) a to obvykle pomocí propagace a další neplacených forem komunikace. PR může zahrnovat také činnosti spojené s uměním, charitativními akcemi, vzděláním, sportovními událostmi apod.“ (Business Dictionary, 2015).*

Co patří do PR?

- Interní komunikace
 - Zaměstnanci
- Externí komunikace
 - Novináři a média
 - Investoři
 - Zákazníci
 - Účastníci konkrétní akce
- Lobbying
- Sponzoring
- Pořádání akcí
- Krizová komunikace

Cíle public relations (Svoboda, 2009)

- Strategické (dlouhodobější záměry)
 - upevnění loajality zákazníků vůči organizaci,
 - zlepšení spolupráce s úředníky, zastupiteli města apod.,
 - zlepšení image organizace v oblasti sponzoringu, lobbingu aj.,
 - dosažení zlepšení kvality produkce organizace.
- Taktické (krátkodobější povaha)
 - zvýšení počtu návštěvnosti webových stránek,
 - větší informovanost účastníků akce,
 - informace o změnách kontaktních údajů,
 - zdůraznění blížící se události apod.

Public relations ve sportovním prostředí

- Týmy
 - [HC Oceláři Třinec](#)
- Sportovci
 - [Eugenie Bouchard](#)
 - [Ester Ledecká](#)
- Ligy a organizace
 - [Bundesliga](#)
- Akce
 - [UEFA Futsal Euro](#)
- Sportovní vybavení
 - [Nike](#)



Tisková zpráva (press-servis.ecn.cz, 2007)

- Písemné sdělení obsahující novou informaci, kterou rozesíláme médiím
- Měla by obsahovat alespoň jednu novou zprávu
- Musí být vydána tehdy, kdy ji posíláme

- Druhy:
 - Zpráva o události
 - Zpráva, jejímž obsahem je reakce na událost
 - Zpráva o zveřejnění materiálu

Tisková zpráva (press-servis.ecn.cz, 2007)

- Co musí tisková zpráva obsahovat:
 - Hlavička – název organizace, logo, kontakt, banner
 - „Tisková zpráva“
 - Titulek – krátký, výstižný, poutavý – musí zaujmout
 - Domicil – uvedení data a místa vydání na začátku prvního odstavce
 - Text zprávy
 - 5 W (What, Who, When, Where, Why)
 - Délka – optimálně jednu A4 textu
 - Závěr – doplňující informace, kontaktní osoba a informace

TISKOVÁ ZPRÁVA

Brno patřilo dva týdny florbalu

Brno, 2. 7. 2018

Nejenom sportovní, ale především velkou společenskou událostí byl opět v předchozích dvou týdnech florbalový turnaj Brno Open Game.

Letošní 12. ročník přivítal 5 tisíc hráčů, což včetně realizačních týmů, rodičů a fanoušků činilo okolo 8 tisíc lidí zapálených pro tuto hru.

Největší pravidelně pořádaná sportovní akce pro děti a mládež v Brně tak opět slavila velký úspěch. Všechny brněnské sportovní haly, ve kterých lze jen florbal hrát, praskaly ve švech a s nimi také restaurace a MHD, kterou měli všichni účastníci v rámci spolupráce s Dopravním podnikem města Brna zdarma. Mimo to měli zástupci sedmi evropských států včetně Finska a Švédska možnost doprovodného programu spojených s koupalištěm Riviéra či brněnským JumpParkem.

V tuzemsku druhý největší florbalový turnaj tak opět slavil úspěch. Bylo odehráno 1 086 zápasů, ve kterých se podařilo vstřelit 8 450 branek.

„Opět po roce jsme zde přivítali českou florbalovou špičku, u dospělých týmů znovu nechyběli bývalí nebo i současní reprezentanti. Zároveň mě těší zájem zahraničních týmů, které turnaji dodávají velkou kvalitu. Týmy se tak mohou poměřit se soupeři z kolébek tohoto sportu, Švédska a Finska,“ uvedl ředitel turnaje Dan Koubek.

Více informací o samotném turnaji naleznete na webových stránkách turnaje www.opengame.cz nebo na Facebookovém profilu www.facebook.com/hummelopengame, nebo je rádi poskytneme při osobní schůzce.

Autor: Michal Jilka



Kontaktní informace:

Dan Koubek – ředitel turnaje
Telefon: +420 777 629 254
E-mail: koubek@opengame.cz

Michal Jilka – PR manažer turnaje
Telefon: +420 731 540 881
E-mail: pr@opengame.cz

Mediální plánování

- Plánování konkrétních komunikačních a reklamních kampaní
- Jednorázová akce vs. opakující se událost vs. e-shop
- Nutná přesná strategie
 - Čas
 - Obsah
 - Umístění
 - Komunikační kanál
 - Rozpočet
- Výstupem je mediaplán

A	D	E	F	G	H	I
Datum	Typ příspěvku / Poznámka	Zodpovědnost	Příspěvek	Fotky / Video / Odkaz	Instagram	
20. 11. 2018	Nalákání před SP - přesně měsíc do startu	Michal Jilka	Přesně za měsíc se otevřou brány Vysočina Areny před úvodním závodem v NMNM. Tak se na to pojďme naladit. Volume doprava! 🎵🔊 NMNM... 🤔🤔		ano	
21. 11. 2018	Stavba tribun - fotky dodá Honza	Michal Jilka	Tribuny nám postupně rostou 🤔🔨🔧🔪 Už máte vytipované své místo k fandění? 😊 #biathlon #biathlonworld #biathlonmnm #tribuny #makame		ano	Stavba tribun
22. 11. 2018	Informace k lístům	Michal Jilka	Předčasný vánoční dárek - i to bude pro mnoho fanoušků letošní světový pohár v NMNM! 😊 Pořídte i vy sami sobě, svým známým nebo přátelům unikátní zážitek ve Vysočina Areně. 😊 Třetí kolo SP bude opět svátkem biatlonu, tak buďte u toho! Volné lístky najdete 👉 https://www.ticketlive.cz/cs/event/biatlon-2018	https://www.ticketlive.cz/cs/event/biatlon-2018		
23. 11. 2018	Článek - shrnutí předchozích ročníků	Karel Halberštát	V roce 2008 zářil na Mistrovství Evropy v Novém Městě na Moravě Michal Šlesingr. V juniorských kategoriích o sobě zase dali vědět Veronika Vítková a Anton Šipulin. A víc se dočtete v následujícím článku 😊 https://www.biathlonmnm.cz/2018/11/23/na-mistrovstvi-evropy-2008-na-vysocine-zarili-slesingr-vitkova-ci-sipulin/?fbclid=IwAR0v0Jn7bs8U1UehuiQ-05x2mz3mqzXaAufPlytcTrHrh0ZHyZHBCH31dNM	https://www.biathlonmnm.cz/2018/11/23/na-mistrovstvi-evropy-2008-na-vysocine-zarili-slesingr-vitkova-ci-sipulin/?fbclid=IwAR0v0Jn7bs8U1UehuiQ-05x2mz3mqzXaAufPlytcTrHrh0ZHyZHBCH31dNM		

	LEDEN				ÚNOR				BŘEZEN			
ONLINE reklama	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.	I.	II.	III.	IV.
Téma	Zima (cvičení, příprava, trénink, strava, jak zahnat nudu v zimě, ponožkoboty, nový rok)								Začíná bike sezona (Novinky, jak se připravit, podpora prodeje, proč kupovat)			
Propagované produkty	Ponožkoboty + CF+ zima								Novinky			
Vložená Kampaň	Soutěž o ponožkoboty dle vlastního výběru zdarma - vymyslet		AKCE sleva na staré doprodejové modely (vytvoření záložky akční ceny) cílem je zbavit se všech co nám tam leží ladem (staré modely)		soutěž- kdo pošle video, jak udělá 10 kliků na jedné ruce a 10 dřepů na druhé má od nás 300,- dolů na nákup				Předobjednávka je tady!			
Podklady	Nafocení ponožkobot v akci (vlastní fotky pro FB, blog atd...)								Jedno focení někde v lese, boty na kole, opřeno na pedálu, zavazunko atd... (Ať jsou fotky na reklamy pro duben) Fotky na dívčí týden, balení			
WEB - homepage	Motivační video, ty na to máš ty to dokážeš, nepodceň přípravu v zimě.								Novinky			
Blog (1x týdně)	Článek - téma spojené s ponožkobotami- skinners	Fenomén Lysá hora- naháč, 1000vystupů, lidí jak na václaváku, alkáči, lh24, lh 365, lysá cup doplnit o krásné fotky	Článek - outdoorové závody na 2017- spíš extrémní	Článek - téma spojené s cvičení, přípravou v zimě, stravou,	Příprava v areálech. Posilka, hry (badminton,) Zaměřit se na placené věci..	Příprava své vlastní pomoci. Cvičení doma. Výstupy na hory. Vše co je zadarmo. Možné oba spojit dohromady a udělat článek- soubor..	Seznam všech závodů v letošním roce na Bike 2017 (čr a okolí+ jaký je ten váš? Nabídněte do komentů)	Bike závody v zahraničí (světové poháry, red bull rampage, možné i fmx games praha listopad a top věci)	Novinky 2017. Přijde předobjednávka. Nové modely. Porovnání se starými	Druhý díl novinek. Nějak to rozdělit. - nové barvy?	Když na bajk tak co na sebe? 10 tipů nejlepší výbavy, která ti na kole zachrání život	Článek na dívčí boty- porovnání, nabídka, ukázka, jak balíme pro ženy. (srdčko na krabici) Čokoláda atd.
Facebook (4 příspěvky týdně - 3x post + 1x blog)	1.1. post se šťastným novým rokem 2.1. Nejlepší je vykročit naboso - skoro naboso s ponožkobotama 4.1. k zpátky do realty je pos vátkách a musí se začít něco dělat - Post tlustocha po svátcích jak začíná něco dělat	8.1. Vyfoť a označ 10.1 Aktuální fotka ze zimy- břemská přehrada. 12.1. Článek- fenomén lysá hora	15.1. Závod po sjezdovce- např maxiavalanche 16.1. batohna zimu- Deuter 18.1. Snowscot/fatbike- i na tohle jsou naše boty (ELC, Element) 19.1. Článek- outdoor závody	22.1. Videorecenze skinners 23.1. Virál- buchta s prdelí na boulderu. 25.1. Skinners v posilovně- produktovka 26.1. Článek o přípravě 29.1. Virál 30.1. ELC	1.2. logická hádanka zaměřená na dosah- komentáře (přidat ještě upgrade. Ať to spočítají, jako cenu bot) Takže výsledek bude hausnumero. Jinak je výsledek 21 3-4.2. Článek- posilování, příprava	5.2 soutěž- Kdo to dokáže? kdo pošle video, jak udělá 10 kliků na jedné ruce a 10 dřepů na druhé má od nás 300,- dolů na nákup. My natočíme vlastní jako ukázkou na prodejně. 6.2. Fotka svalovce, klidně bikera- Slavík psal i o cvičení 8.2. virál- zimní 9.2. Článek	12.2.. Krabice plná radosti- podpora prodeje- přidat stokorunu 13.2. Virál, srandovní video, fotka z posilky. Kuriozity (borec na páse, co čumí na ženskou) 15.2 Fotka, video z min týdne, jak někdo cvičí 17-19.2 článek- závody	19.2. Fotka, kde je bota a u toho rukou napsáno: Jezdím ve Five Ten, protože: a do komentářů doplňovat text 20.2. Fotka příslušenství od five ten.. Víte, že Five Ten nejsou jen boty+ odkaz do kategorie 22.2. Skinnersky. 23.2. závody 26.2. impregnace- video lotosový květ	2.3. Virál- dle počasí 5.3. Fotka, kde budou 3 produkty s popisem A B nebo C.. Ať je to zajímavé a lidí jen kliknou písmeno, co se jim líbí více- dosah 6.3. Novinky- fotky z prodejny (rolovací fotky) 8.3. Novinky po kupě 9.3. Článek novinky	12.3. Odpověď na otázku ANO/NE (měly by být povinné helma všude bez rozdílu věku)-dosah 13.3. Virál - nebát se toho. Musíme zkvalitnit dosah 15.3. Prodejna z venku- novinky na obchodě 16.3. Článek	19.3. Bludiště, které bude mít 3 vchody (A, B, C) a uprostřed bude bota five ten. Nedáme jen jednu vítěznou cestu, protože by to dále nekomentovali, ale dáme všechny 3 a vyhodnocení bude jako, všechny cesty vedou k five ten.-dosah 20.3. Produktovka- novinka 22.3. Podpora prodeje- kup jedny boty a na druhé dostaneš 500 dolů 23.3. Článek	28.3. virální fotka ženské na kole. Ne pro chlapy! 29.3. Fotka jak balíme pro ženy s dívčí botou. 30.3. Článek
Instagram (4 příspěvky měsíčně+ virály)	Vykroč správnou nohou	Virál na tu zimu. Klidně fotku z ruska	maxiavalanche nebo snowscot	O přípravě- posilka, starva	logická hádanka	video z prodejny (cvičení)	Závody 2017	impregnace, video	novinky 2017.	prodejna z venku	Podpora prodeje	dívčí týden- ženské boty
Youtube (1 příspěvek měsíčně)	Vytvoření video recenze pro ponožkoboty (Jedná krátká, úvodní a jedna delší s popisem)				Vytvoření video recenze na nejprodávanější modely bot + dodat na web k produktům				Vytvoření video recenze na novinky, které přišly			
PR 1-2 články za měsíc do budgetu	1-2xPR článek (do 4tis) (střídat, jednou outdoor - ponožkoboty + outdoor boty, podruhé bike boty)				1-2xPR článek (do 4tis) (střídat, jednou outdoor - ponožkoboty + outdoor boty, podruhé bike boty)				1-2xPR článek (do 4tis) (střídat, jednou outdoor - ponožkoboty + outdoor boty, podruhé bike boty)			
Linkbuilding (cca 4 linků)	Úkol na prodejnu. Každý čtvrtek předvést jeden odkaz ze kterého vyplynul kvalitní linkbuilding na náš web)				Úkol na prodejnu. Každý čtvrtek jeden odkaz ze kterého vyplynul kvalitní linkbuilding na náš web)				Úkol na prodejnu. Každý čtvrtek jeden odkaz ze kterého vyplynul kvalitní linkbuilding na náš web)			
Newsletter (1x měsíčně)	1x za leden + únor dohromady								1x měsíčně			
SEO	Optimalizace kategorií + podkategorií (včetně webu) +		Optimalizace všech produktů na webu, projít a doplnit (opravit) + optimalizace fotek rovnou při		Optimalizovat informační stránky +		Optimalizace blogu - všechny příspěvky musí být opraveny		Počkáni na indexaci prohlížeči a kontrola (indexace trvá cca 1 měsíc)			

Brand Awareness

- Neboli znalost/povědomí značky
- Do jaké míry je značka „umístěna“ v mysli spotřebitele
- NPS vs. Brand equity score

Net Promoter Score (NPS)

- Míra loajality zákazníků nebo zaměstnanců
- Dosahuje hodnoty od -100 do +100
- NPS +50 se považuje za velmi dobrou



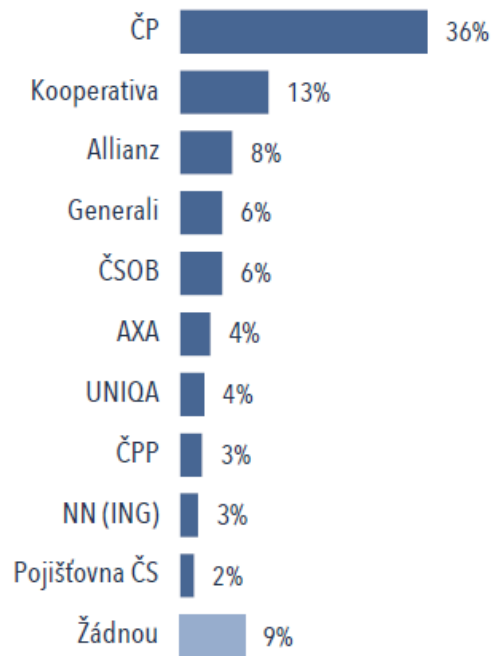
- Na stupnici od 1 do 10, jaká je vaše spokojenost se studiem na FSpS?
<http://www.npscalculator.com/en>

Brand Equity Score

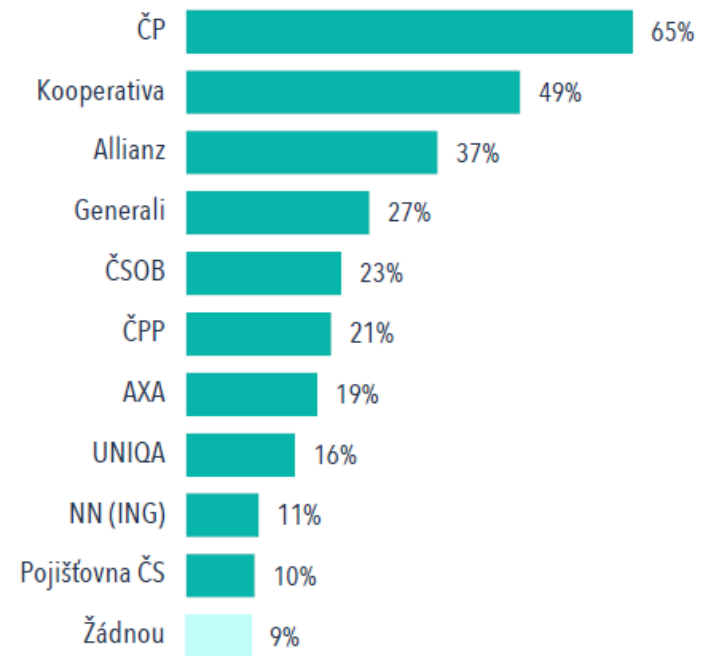
- Měření znalosti značky
- Znalost
 - Top of mind (první uvedená)
 - Spontánní (další možnosti, zpravidla max. 5)
 - Podpořená (výběr konkrétních možností, nebo přímá otázka)
- Výpočet v procentech (kolik % z celkového množství oslovených osob odpovědělo, že zná danou organizaci)
- Doporučený vzorek min. 100 osob
- Lidé by se navzájem neměli ovlivňovat

TOP 10 ZNAČEK

PRVNÍ UVEDENÁ



SPONTÁNNÍ



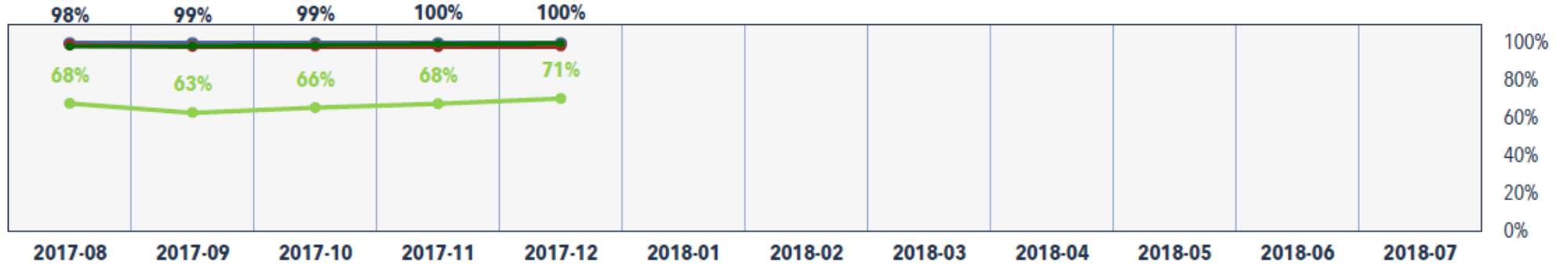
TOP OF MIND



SPONTÁNNÍ ZNALOST



PODPOŘENÁ ZNALOST



Dva dobrovolníci? 😊

Brand equity score

- Jmenujte jeden brněnský florbalový tým:
- Jmenujte 5 brněnských florbalových týmů:
- Vyberte, který z těchto brněnských florbalových týmů znáte?

Gullivers Brno, Hornets Brno, Bulldogs Brno, Hattrick Brno, Skurut Hai Brno, Florbal Brno Komín, Gepardi Brno, Kometa Brno, Flamingos Brno

Úkol

- Domluvit se na projektech:
 - Skupiny, nebo jednotlivec
 - Vybrat sportovní akci
 - Zapsat se do tabulky (DDL 17.3.): <https://bit.ly/2C9pbtI>
- Zhodnocení současného stavu corporate identity s důrazem na aktuální grafické vyjadřování vč. konkrétních ukázek
- Příprava tiskové zprávy včetně všech náležitostí

Brand awareness – Brand Equity nebo NPS na vaši akci