

## **Newsletter - Diana Huslíková (462924), Nikola Málková (447844), Markéta Kunclová (471396), Veronika Helánová (469920)**

- interaktivní newsletter je graficky OK, první skupina má ovšem zdařilejší
- text není zarovnaný do bloku
- první příspěvek by měl být ten nejzajímavější, což je zde splněno, ani text k němu není špatný
- ke zvážení je změna umístění rozklikávacího tlačítka – při současném umístění vlevo působí celý newsletter jako hodně převážený právě doleva (i díky zarovnání textu vlevo) – lepší variantou by bylo buď vycentrování tlačítka nebo jeho umístění vpravo
- „nejnovější recenze“ není nejšťastnější spojení – čtenáři je jasné, že budou vždy kladné, recenze je navíc specifický slohový útvar... lepší by proto bylo volit jiné, méně formální spojení, jako např. školili se u nás nebo koho jsme proškolili
- „čemu jsem se tento měsíc věnovat já“ je ještě méně šťastné – titulek je jednak příliš dlouhý, ale hlavně – kdo je „já“? Pod newsletterem jsou podepsané dvě osoby. Proč tedy nevolit něco jednoduššího jako „Březen v JÁNěkdo.cz“ a text zároveň nepsat v ich-formě
- obě závěrečné části by měly být v opačném pořadí – zpětná vazba od účastníků kurzu není svým obsahem tak zajímavá jako to, co se děje ve firmě, už jen proto, že sdělení účastníků bude v jádru vždy víceméně stejné, proto by se tato část měla objevit až na konci
- patička je graficky velmi zdařilá, lepší než u první skupiny, chybí mi však možnost odhlášení newsletteru

### **HODNOCENÍ OD 2.MENTORA:**

Autoři uvádí zajímavé a snadno v praxi využitelné tipy na získání odběratelů, vhodný je i ukázkový příklad pro lepší představu klienta. Doporučuji pak lépe klientovi představit rozvržení rubrik, ideálně doplnit o krátké odůvodnění. Chybí návrh tonality, volba jazyka, oslovení čtenáře a podobně. Pozor na volbu předmětů – pouhá motivační hesla mohou v rámci „reklamní slepoty“ působit spíše negativně. Předmět „Čas se rozvíjet“ je příliš neurčitý a odběratel by mohl newsletter cíleně přeskocit. Druhá varianta je vhodnější. Co se týče rubrik, pak jejich rozvržení je dostačující a zcela odpovídá měsíční periodicitě. Ke zvážení je zařazení „úvodníku“, krátkého oslovení čtenářů, které je u newsletteru pro danou cílovou skupinu běžné.

Navržená grafická podoba vhodně koresponduje s grafikou klienta a charakterem odpovídá cílové skupině. Autoři v práci předkládají grafický návrh newsletteru včetně interaktivní podoby. Interaktivní podoba je přehledná, logicky členěná a obsahuje všechny potřebné náležitosti. Perfektní jsou odkazy na sociální sítě, které jsou pro komunikaci s odběrateli velice důležité. Chybí možná jen proklik na odhlašování z odběru. Ani na tyto drobnosti není dobré zapomínat :) Co se týče úvodního grafického návrhu, tak není jasné jeho využití/zařazení. Pokud jde o hlavičku newsletteru, pak je ke zvážení, zda by měly fotografie mentorů figurovat v newsletteru 2x. Zároveň není běžné, že v newsletteru jsou uvedeny celé texty v plném znění. Obdobný článek je pro newsletter klíčový a líbí se mi jeho zařazení, jen je ke zvážení prezentace článku v rámci newsletteru.

Autoři vypracovali dobrý základ pro zahájení práce s newsletterem. Rozvržení i grafika je pro klienta využitelná a snadno aplikovatelná. Stačí dotáhnout pár robností.