

**STRUČNÉ PŘEDSTAVENÍ AGENTURY A UKÁZKA PROCESU
NEJVYUŽÍVANĚJŠÍ SPOLUPRÁCE S NAŠIMI KLIENTY**

SPOLEČNÉ ZHODNOCENÍ AKTIVIT ZA POSLEDNÍ ROK A STANOVENÍ JASNÝCH A KONKRÉTNÍCH CÍLŮ

Mediální analýza

Posoudíme počet mediálních výstupů z hlediska kvality i kvantity (obsahu klíčových sdělení) včetně srovnání s konkurencí.

Seznam provedených aktivit, zhodnocení výsledku

Řekneme si, které aktivity fungovaly a má případně smysl znovu zařadit do plánu na další období, a které aktivity již není vhodné realizovat.

Společně specifikujeme klíčová sdělení, která podporují obchodní plán společnosti. Tato klíčová sdělení jsou pak kostrou všech komunikačních aktivit.

Stanovíme si konkrétní a reálné krátkodobé i dlouhodobé cíle (např. počet výstupů a cílová média). Zároveň si určíme atributy, které budeme měřit, a hodnocení za jejich dosažení.

PLÁN AKTIVIT

1. Identifikujeme možnosti prezentace produktu/služeb v médiích dle konkrétního cíle/požadavku
2. Vytvoříme kalendář a seznam vhodných akcí pro prezentaci (tiskové zprávy, ediční plány médií apod.)
3. Vytvoříme seznam klíčových médií pro vybranou cílovou skupinu - uveřejnění článku považujeme za základ Public Relations aktivit.
4. Definujeme vhodná témata pro příspěvky či komentáře k tématu, která zajistí mediální výstupy a vytvoření pozice experta v oblasti.
5. Zpracujeme případové studie, které jsou velmi atraktivním „artiklem“ pro média a jsou velmi ceněna pro svůj konkrétní a reálný příklad.
6. Sociální sítě – fenomén dnešní doby – nabízejí aktivní diskusi s účastníky. Zvážíme možnost jejich využití při plnění stanovených cílů.
7. Tisková konference, tiskové setkání – zvážíme, zda a která forma setkání s novináři nejlépe přispěje k zveřejnění výstupů s klíčovým sdělením.
8. Rovněž zvážíme možnost odborných seminářů, informačních akcí a celé řady dalších marketingových aktivit, které budou sloužit k zásahu a motivaci potenciálních klientů.

Všechny aktivity plánujeme tak, aby na sebe logicky a kontinuálně navazovaly. Připravené plány pravidelně revidujeme a přizpůsobujeme reálnému dění na trhu a v médiích.

ANALÝZA A ZHODNOCENÍ DOSAŽENÝCH VÝSLEDKŮ

Jak poznáme, že jsme dosáhli stanovených cílů?

V průběhu implementace naplánovaných aktivit – **každý měsíc** – sledujeme dosažené výsledky a provádíme pravidelné reporty. Tyto reporty zároveň slouží coby podklad pro kontrolu plnění stanovených cílů a pro stanovení výše honoráře dle předem určeného klíče.

V polovině stanoveného plánu – **po šestém měsíci** – provádíme hlubší analýzu našich aktivit:

Jaké a kolik z našich cílů jsme dosáhli?

Co fungovalo a co nikoliv?

Je třeba upravit plánované aktivit, nebo budeme pokračovat v původním nastavení?

Jsou potřeby naší cílové skupiny stále stejné nebo se s vývojem trhu a technologií mění?

Na konci našich aktivit – **po dvanáctém měsíci** – provedeme, stejně jako při zahájení, kompletní analýzu aktivit, zhodnotíme naplnění cílů, cesty, které k tomu vedly a případně nastavíme plán pro další období.

Děkuji, že jste věnovali pozornost naší prezentaci. Pro více informací či v případě zájmu o spolupráci nás kontaktujte na telefonu 777 012 906 nebo e-mailem: info@pr-excellence.cz