

Analýza publika, výzkumy, PR jako součást strategické komunikace

Tomáš Jelínek



Seminární projekt

- 1-3 studenti
- Výběr organizace
- Výběr cíle
- Návrh strategie

Analýza publika

- Kdo je cílová skupina pro komunikaci?
- Např. ženy 15-30 v Olomouci,
- Co je důležité pro její rozhodování?
- Např. názor influencerek, kamarádek

Sociologické průzkumy, rozhovory, ankety

- Musí vycházet z analýzy komunikované problematiky
- Správná volba otázek
- Dostupná forma provedení dotazování

Komunikační strategie

Definice cíle

SWOT analýza komunikace

Stakeholderi našeho tématu/máme oponenty?

Jaké máme zdroje – rozpočet, lidi

Návrh strategie

Komunikační plán

Časový plán jednotlivých komunikačních kroků

Např. otevření obchodního centra (řešíme jen PR)

10.10. Tisková konference

11.10. Pozvánka veřejnosti do obchodního centra na módní přehlídku za účasti módní ikony XY – sociální sítě, rozhlas

11.10. Pozvání novinářů na módní přehlídku

20.10. Provedení ankety mezi návštěvníky o významu módy v jejich životě

25.10. Publikování výsledků ankety na sociálních sítích