

**Proč o vás
nepíšeme?**

Kdo jsme?

- MAXIM
- prodej více než 40 000 (nejbližší konkurence kolem 10 000)
- čtenost 190 000
- Neexistuje jiný titul, který by četlo tolik mužů

A toto je náš pohled na PR...

Znalost média + znalost produktu

- zcela **základní předpoklad**
- znalost obsahu
- znalost čtenářů
- znalost lidí v redakci
- znalost produktu, který „prodávám“
- uvědomit si, že PRistů je hodně

Novináře vůbec, ale vůbec
nezajímají produkty.

Zajímají je témata.

King Oscar

PÍÁR

Ve středověku prý v Norimberku nalévali moudrost do hlav truchtýřem. Dnes nám agenti PR skrytě nalévají do hlavy reklamní kecy a místo truchtýře k tomu využívají internet, tisk a televizi.

Co je to vlastně PR? Neboli public relations neboli veřejné vztahy s veřejností? Uvažme si to na příkladu. Chystáte se například ve velkém prodávat hrůsky. Lidé o vašich hrůškách nevědí, proto začnete hrázetovat v tisku, televizi, rádiu, na internetu, na billboardech nebo na letáčkách. Budete muset oslovit jednotlivé média sám, nebo si to na největší média sáhnou. Tě zadáte, kolik chcete za název uhradit a jaké potenciální získáky nebudete. Mediální agentura za vás klopí v průběhu roku reklamní prostor v nejvhodnějších médiích a sřazuje za to tučnou provizi. Bohužel svět není všemohoucí takto přehledný a časný.

vy tože mŕšete ježabě
přesvědčovat, že si
koupi hrušky, šelky, skřivky
a odklídá. A právě za tímto
úmyslem a najeptané PR
agentura. Těma nezabytými
odkrmují zvláště děti, aby
se jim hrůzy (aťu, pesy,
police, socialisty, komunisty,
německí partáci) proměly
do povídky ziklůzů,
aby se o nich mluvílo
v chrámě a aby o vaší firmě
všichni posmívali. Takže
což? PR agentura? Ne,
důležité je, že se přesvědčí
ke spolupráci nad to, kteří
mají rozšířené publikum
a kteří si nemohou zlásky
jenom hrát. Tedy nic, novinaře.
Propaganda se pak umění
mýšlení, ať už je to
talant. PR agentura sepeře
tiskovou zprávu o vašich
službách, stylových, designových
birokratických a rozšíří ji
novináři. Většinu oslovených
novinářů to vůbec nezajímá
a zprávu nepřečte ani
nepřevéze. Znovu a znovu
volá novinářův asistent a je
jich, kteří dostali zprávu o vašem

hrušáků a ještě o nich nechtějí
napravit. Někteří novináři se nechají
ukést o hrušákův napřesko.
A nenápadně propaganduje je na
světě. Článek o vašich hrušákůch
vznikl v podstatě z domra, kdekto
za inzertu byste museli zaplatit
mnoho desítek tisíc. A navíc
se článek tvářá důvěryhodně
a nestárně, vpadl to jako
názor autora ž novin. Pojednává
respiš o původu, pěstování,
zvláštnostech hrušek a podobně.
Tedy článek čtenář vychylová,
ale to vůbec nevadí. Hlavní je, aby
hrušky vylezly v obecnou zřímlost,
aby se zachytí každý ve svou lid,
aniž by ti lidé měli poout, že možná
něco pře. Dobrá PR článek nesmí
vůbec vypadat jako PR článek.

PŮJČIM STÍHAČISUPERSPO
na elektromagnetický pohon, dosahuj
rychlosti Mach 3. Vchodí po machová
ve vzduchu i v běžném provozu. První týde
zdolal Vize na www.frag.cz



FRAG.CZ
PRVNÍ ONLINE PŮJČOVNA PC HER V

Arzení PR lidí je velmi proporcovaný s bohatostí. Pozovu novináře na takovou konferenci o hruškách, kde se kromě prezentace novináři slušně nadělávají o odměnu s odstup nějaký dárek, například hruškový džem či kofolku. Děl je pozovu na prohlídku vašeho sadu či na zahraniční zájezd za hruškami. Vrhají do novin další články nejen o vašich hruškách, ale o prospěšnosti hrušek.

obecně. Připadne o nuznost konzumovat nemějte tři kusy ovoce, nejlépe hrušky, denně, a neopíejte z dvacíti různých jablek. Vymyslí a uspořádá hruškový festival. Prosadí dárek o ekologickém zemědělství, v němž mimochodem v každém věku zmíní váš stát. Když proskáne vzduch o kontaminaci hrušek, nějakou názkazu o jedné, trpělivě vysvětlí, že vašich hrušek se netýká.

Problém je, že novinařům lidé moc nevěří. A proto si pro skrytý propagační mas PR agentura optatí třetí osobu. Podívá se na žetříchku nejdřívevýchodějších lidí, a klopoká to tam trříní na první místě? Ukaži. Sem tedy

Proč vlastně novináři
přátný nepočou do háje?
Proč jim neřeknou, aby si
zapletli reklamu? Protože
evoluce je přání, aby

pohodlná a novotná z ní mají slušné výhody. Za prvé jim PR agentury dodávají témata a informace, které by si novináři museli pracně vymýšlet a shánět sami. V konečném důsledku tak spojují informaci z médií, které nás ovlivňují, záměrně a promyšleně šití PR agentury. Nedávno například vyšla řada článků o 50. výročí Kolofy. Myslete, že novináři tohle téma vymysleli sami? Ani náhodou. Dodávají jim je PR agentura. Články o tom, že



Dobrý den,
v příloze posílám fotovou zprávu k
závodu Xterra Dečín, který se pojede 10.
července jako měřákovství C2 Xterra
Sprint.
Ze spoľak ríci pľedem dľakľ.
Peľe Mach
Xterra C2

[illegible][illegible][illegible]

pořadí. Nejsi totiž hostitelé chvilky liberecké mistrovství a říkáš, že jako organizátor jme hlavně nepoprvé obstát."

Jestli, my v Mavru jezíme zdarma? PR agenturami do světa. Někdy jsme dokonce přesvědčeni, že výsledek bude přínosný a zajímavý pro vás, čtenáři (viz box). Příklad se. Když se nám třeba nezdaří, tak si ujmeme, ale nic nenapíšeme. Teď aťkorst litujeme, že nemáme ten hrůzový zážitek a výrobnu hrůzových čtení a korařek. Reklamu jsme si už myslu udělali skusnou a zdarma

Příklad téma vs. produkt

Continental
- obecné téma
s konkrétními
odkazy

NABÍROUŠENÁ CARRERA S MÁ 385 KM/H. MAXIMÁLNÍ PŘES 300 km/h A Z NULY NA STUJCE JE ZA 4,7 VTEKINY



CUKŘÁRNA PLNÁ SUPERSPORTŮ
GUMOVÁ NIRVÁNA

Nedaleko Sevilly nám při kroužení po závodní dráze došlo, jak moc intimní styl s asfaltem podceňujeme. Pneumatika je přitom hlavním činitelem většiny krizových situací za volantem.

TEXT A FOTO PAVLA VONDRÁČKA

Začíná výběr samotného vozu věnujeme spoustu času a myšlenek. Podmínkou, a pneumatik, se často rozhodujeme jen podle ceny. Hledat by se dalo, jenže toho všeho se už nemůžeme zadržet. Syntetika, plněná, a jiné jako za dřívou věšinu těch opavků ušlechtilých výsledků, může užít. Druhý krok je přitom během návratu. Automatizovaný průmysl a věd pokračuje po vodítech už druhou řadou. Nevyrobte pneumatik. Přírodní kaučuk nebylo nikdy avébo napadla žádnou kaučuk. Vytvářel se z rosy vyndas, syntetické gumy, posbí do 15. století, ale až zavážky se výroba ropného kaučuku rozšířila. Dnes jeho produkce zůstává převážně miniaturní. Středněho přírodního kaučuku, abychom byli konkrétní, používají například vlny a odělníci. V roce 2001 se

přirozený roslák přírodního kaučukové bývá nejvíce rozšířený. Byl to dříve, syntetický kaučuk, který dnes umožňuje chytit miliony pneumatik. Závazky těch opavků ušlechtilých výsledků, může užít. Druhý krok je přitom během návratu. Automatizovaný průmysl a věd pokračuje po vodítech už druhou řadou. Nevyrobte pneumatik. Přírodní kaučuk nebylo nikdy avébo napadla žádnou kaučuk. Vytvářel se z rosy vyndas, syntetické gumy, posbí do 15. století, ale až zavážky se výroba ropného kaučuku rozšířila. Dnes jeho produkce zůstává převážně miniaturní. Středněho přírodního kaučuku, abychom byli konkrétní, používají například vlny a odělníci. V roce 2001 se

CONTINENTAL PS: OBUTÍ PRO ŠIDLÁ

ContisportContact PS je hybridní pneu speciálně vyvinutá pro sportovní vozy. Pneu je užito na níž uvozuje, které na přední a zadní straně namou na prahu posílají stovky koní. Její design je pečlivě navržen s ohledem na agresivní jízdu, tj. prudkou a kořistnou a brzdění, rezání zatáček i občasné powersliding. Masivní žebrování ve střední části vzorku zajišťuje maximální styk vozů s povrchem a boky na krajích pneumatiky zase podřízují v zatáčkách. Jejich kositla dokazuje to, že jsou v základu montovány na ostré sportovní vozy Audi TT RS, Mercedes-Benz SL 63 AMG nebo Renault Mégane Sport.

ROZVOJ PNEU PRŮMYSLU PŘINESL AŽ SYNTETICKÝ KAUKČUK A DRUHÁ SVĚTOVÁ

NACH / ČERVENEC 2010 / WWW.NACH.CZ

MMO7_roucePH_3.indd 2

5/25/10 5:54:16 AM

Mountfield



Příklad téma vs. produkt

K-Brewery



Další příklady

- Fiskars
- Skittles
- Harley & Davidson
- Česká ornitologická společnost – Pták roku

Naprosto mimo

- Péče o dětské zoubky (LESENSKY.CZ)
- Valentýn je za dveřmi, čokoláda jako dárek potěší (Boticelli)
- Superstar vyhraje gazela Gunčíková (PR.konektor)
- Zpěváci Olga Lounová a Marian Vojtko přišli do Myslbehu soutěžit o auto (ASPEN.PR)

Komu to říct?

- S kým přesně v redakci mluvím?
- Personalizace (AC&C)
 - ✓ znát své novináře
 - ✓ vědět, co potřebují
 - ✓ volat se zajímavými tématy
 - ✓ vědět, kdo rozhoduje

Jak získat novináře

- Uplácení penězi ☹️
- Protislužby (cesty, dárky) ☹️
- Falešné přátelství ☹️
- Zajímavé informace 😊

Tisková zpráva

- adresnost
- maximální stručnost, vše v první větě
- žádné přílohy
- novinář nemá čas – posílat jen to opravdu důležité
- nevolat, zda došla tisková zpráva

ODPADKOVÝ KOŠ

Emailový zával



Mailbox interface showing a large volume of emails in the 'Junk' folder (2172 items). The interface includes a sidebar with folders like 'Trash', 'Junk', 'SMART MAILBOXES', and 'ON MY MAC'. The main pane displays a list of emails with columns for 'From', 'Subject', 'Date Received', and 'Rank'.

From	Subject	Date Received	Rank
Nina Černá - ASPEN.PR	TZ Grund Resort Golf&Ski - Prosinec v Grund ...	Today	13:33
Radek Václavík - ASPEN.PR	TI APEK - Předvánoční hity na slevových server...	25. listopadu 2011	16:01
Radek Václavík - ASPEN.PR	TI DataLife - 600 tisíc fidičů nemá povinné ru...	22. listopadu 2011	15:40
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	TZ Casino Ambassador - Poker, král všech her	22. listopadu 2011	11:41
Šárka Nováková - ASPEN.PR	Pozvánka na večerní VIP Nákupy NG Myslbe...	21. listopadu 2011	16:25
Nina Černá - ASPEN.PR	TZ Grund Resort Golf&Ski - Procedury pro mil...	21. listopadu 2011	15:52
Nina Černá - ASPEN.PR	TI Neckermann CK - Wellness hotel Chopok, ...	18. listopadu 2011	16:54
Nina Černá - ASPEN.PR	TZ OC Park Hostivař - vánoční charitativní pro...	16. listopadu 2011	16:39
Radek Václavík - ASPEN.PR	TI DataLife - Jak se nedostat do dluhové pasti...	16. listopadu 2011	12:43
Nina Černá - ASPEN.PR	TZ Brabantia - Nepostradatelné doplňky na pa...	16. listopadu 2011	11:07
Nina Černá - ASPEN.PR	TZ Briggs&Stratton Sněžné frézy	15. listopadu 2011	18:24
Nina Černá - ASPEN.PR	TZ OC Park Hostivař - Jak správně vybírat lyže	15. listopadu 2011	13:59
Šárka Nováková - ASPEN.PR	TZ NG Myslbe: Nechte si dárek rovnou vánoč...	15. listopadu 2011	11:58
Michal Hoblík - ASPEN.PR	TZ TopApps.cz spuštěny: První český katalog ...	11. listopadu 2011	13:58
Michal Hoblík - ASPEN.PR	TZ TopApps.cz spuštěny: První český katalog ...	11. listopadu 2011	13:58
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	TI Casino Ambassador - Vyjádření k úspěchu ...	10. listopadu 2011	15:43
Radek Václavík - ASPEN.PR	TZ Aditus Vitae - Neinvazivní diagnostika. Od...	10. listopadu 2011	15:26
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	TI Hodinky.cz - Dva tipy z internetového hodi...	9. listopadu 2011	16:32
Michal Hoblík - ASPEN.PR	TZ Neckermann CK: Zimní sezóna v Alpách sta...	9. listopadu 2011	15:41
Michal Hoblík - ASPEN.PR	TZ Neckermann CK: Zimní sezóna v Alpách sta...	9. listopadu 2011	15:41
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	TZ Vivapneu.cz - Novinka: samodofukovací pn...	7. listopadu 2011	17:00
Radek Václavík - ASPEN.PR	TI DataLife - 4 tipy, jak správně financovat by...	7. listopadu 2011	16:21
Michal Hoblík - ASPEN.PR	TZ Neckermann CK : Tipy na dva luxusní alpsk...	6. listopadu 2011	19:38
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	TZ Casino Ambassador - Jeden večer v kasinu ...	4. listopadu 2011	16:17
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	TI Sunnysoft - Produktový tip: Sony Ericsson X...	3. listopadu 2011	16:50
Nina Černá - ASPEN.PR	FW: TZ Grund Resort Golf&Ski Svatomartinský ...	2. listopadu 2011	16:31
Nina Černá - ASPEN.PR	TZ Grund Resort Golf&Ski Zimní pobytové balí...	1. listopadu 2011	16:31
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	TI Hodinky.cz - Tři vánoční tipy z internetové...	1. listopadu 2011	16:27
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	Pozvánka na úterý 8. 11. 10.30 - tiskové setk...	1. listopadu 2011	16:24
Petr Jarkovský - ASPEN.PR	TI Casino Ambassador - Právý dárek pro muže...	31. října 2011	17:21

PR fotky

- Nechceme fotky, které s objeví v řadě dalších médií (automobilky)
- Některé PR fotky ale poslouží: k zesměšnění (Chateau Mcely)



Dárky a press packy

- nedávat dárky – pocit korupce a potíže se zasíláním zpět
- šaškárny (modří a oranžoví panáčci) zdržují a otravují
- nákladné press packy jsou na nic – plýtvání
- úplně nejhorší jsou PF
- možná ještě horší jsou slevy 10 %

Tisková konference

- ztráta času a peněz
- odrazuje lákání na dárky (HUDY Sport)
- velká koncentrace novinářů, nemožnost si promluvit s MKT a brand manažery
- „holubí letky“

Cesty a akce

- Nechceme se setkávat s jinými novináři
- Chceme exkluzivní a zajímavá témata

Netlačit!

- novinář není žák, který má splnit domácí úkol!
- nenaléhat
- neověřovat
- nežádat o časopisy
- přínos je dlouhodobý (hotely)

Neobcházet inzerci

- inzerce a PR jsou spojené nádoby
- při zmiňování značek se upřednostňují klienti

Časování

- dostatečný předstih
- plán uzávěrek
- aktuálnost
- ... ale nesledujeme sezony (Valentýn ani Vánoce)

Už je jasnější, proč o vás píšeme
nebo nepíšeme?