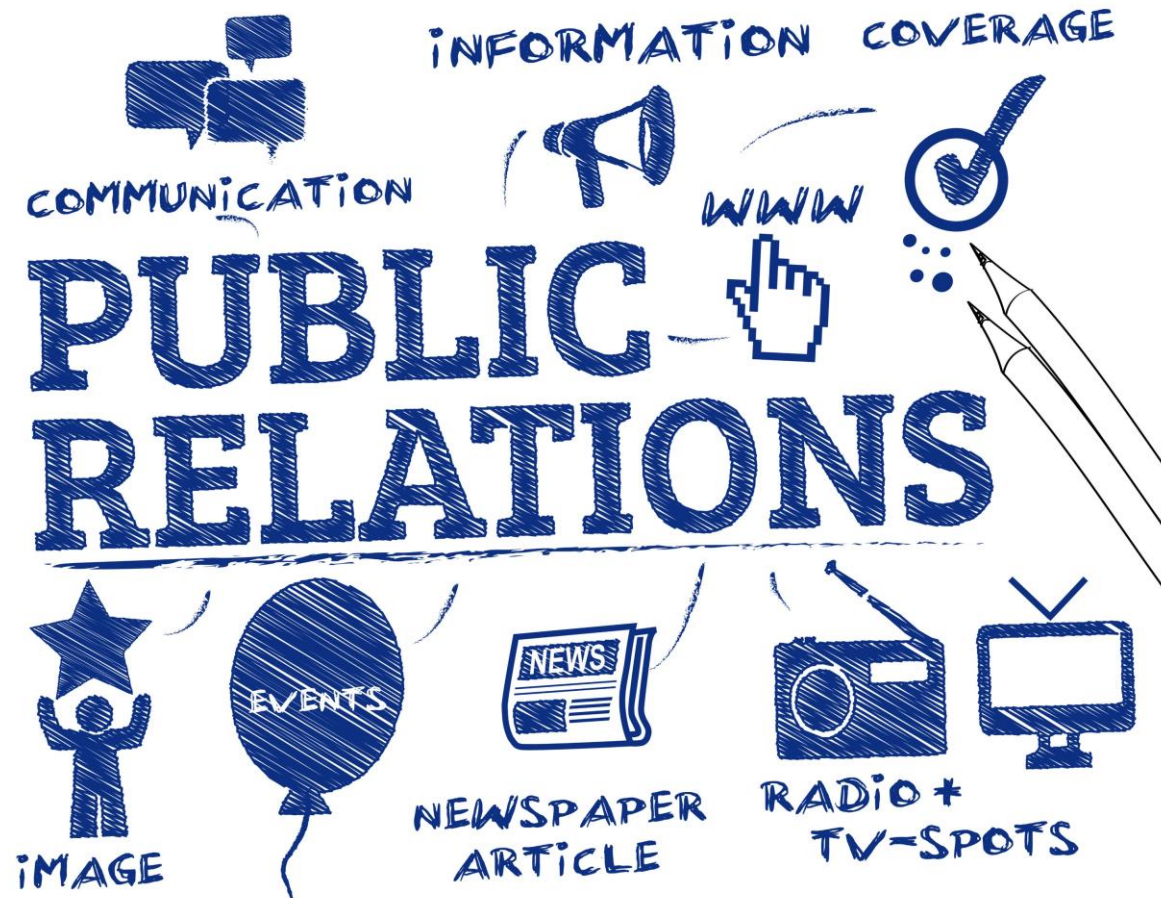


„Zaži PR“ na vlastnej koži



Predkladáme koncept, ktorý rešpektuje doterajšiu komunikáciu asociácie a zároveň reflektuje špecifiká správania sa cieľovej skupiny, na ktorú chce asociácia zamerať svoju pozornosť. Zároveň poukazuje na vysokú úroveň odbornosti a hĺbkovej znalosti oblasti PR, ktorou asociácia vďaka rokom skúseností disponuje.

Cieľová skupina

- absolventi vysokých a stredných škôl, mladí ľudia vo veku 18 – 30 rokov, ktorí hľadajú zaujímavú pracovnú príležitosť
- spája ich vysoká miera používania sociálnych sietí
 - jeden z najrozšírenejších a najefektívnejších nástrojov komunikácie v súčasnosti
 - ideálna forma, ako sa dostať do povedomia nevťeravým a zároveň zaujímavým spôsobom
 - ponúkajú široké spektrum možností, ako užívateľov zaujať, a tiež okamžite reagovať na aktuálne dianie
 - mladí ľudia trávajú ich používaním priemerne dve hodiny denne a toto číslo z roka na rok stúpa
 - až 76 % z nich považuje internet v smartfóne za najlepší zdroj spravodajstva (45 %) a zábavy (64 %)

Medzi najobľúbenejšie sociálne siete obyvateľov Slovenska patria:

Sociálna sieť	Počet užívateľov na Slovensku
Facebook	2 400 000
Instagram	550 000
YouTube	2 900 000
LinkedIn	430 000
Twitter	160 000
Pinterest	190 000

Komunikačné nástroje

S ohľadom na špecifiká cieľovej skupiny a zadania navrhujeme namiesto krátkodobej kampane, cielenú dlhodobú komunikáciu s využitím nasledovnej kombinácie PR nástrojov:

➤ sociálne siete

- asociácia relatívne dobre využíva svoj existujúci profil na sociálnej sieti Facebook
- priestor vidíme v širšom využití ďalších sociálnych sietí, hlavne YouTube, Instagram, odporúčame tiež zvážiť účet na Pintereste
- boostovanie vybraných príspevkov

➤ blog

➤ tradičné médiá





- asociácia relatívne dobre využíva svoj existujúci profil
- navrhujeme však zvýšiť frekvenciu uverejňovania príspevkov, ako aj zaradiť rôzne typy statusov:
 - o aktuálnom dianí v mediálnej oblasti
 - s atraktívnym obsahom, ktorý budú fanúšikovia spontánne zdieľať so svojimi priateľmi
 - informácie o podujatiach a besedách PR, príp. mediálnu tému
 - rubrika *Vedeli ste, že...?* - zaujímavosti z PR oblasti
 - fotky z podujatí, na ktorých sa asociácia zúčastňuje/ktoré organizuje
 - súťaže: v pravidelnej frekvencii s ambíciou pobaviť fanúšikov, získať väčšiu interakciu a nových fanúšikov
 - príspevky súvisiace s aktuálnym obdobím (Vianoce, Veľká noc, Valentín, Svetový deň originality a inovácií a pod.)
 - zdieľanie príspevkov z YT, IG alebo blogu
- na základe našich doterajších skúseností so správou sociálnych sietí navrhujeme pridávať dva až tri príspevky týždenne

You YouTube

- navrhujeme zriadiť YouTube kanál ako hlavný komunikačný kanál
- odporúčame zdieľať nasledovné typy videí:
 - týždenné vlogy zamestnancov z rôznych PR agentúr, ktoré zachytávajú rôzne činnosti (stretnutia s klientom, novinármi, tlačová konferencia, press tripy, výber priestorov na fotenie, stretnutie s blogermi, mediálny tréning atď.), cieľom je ukázať, že každý deň v PR agentúre je iný
 - rozhovory s úspešnými ľuďmi z praxe
 - zaujímavo spracované krátke videovizitky PR agentúr
 - anketa medzi študentmi mediálnych smerov, ale aj zvyškom populácie na tému, čo je PR
 - výzvy pre záujemcov o stáž v PR agentúre (motivovať ich, aby sa snažili zažiť to, čo videli vo vlogoch - fashion week, tlačovú konferenciu, press trip...)



Instagram

➤ dôležité klásť dôraz na infografiku

- atraktívny obsah, ktorý budú fanúšikovia spontánne zdieľať so svojimi priateľmi
- fotky z podujatí, na ktorých sa asociácia zúčastňuje/ktoré organizuje
- súťaže: v pravidelnej frekvencii s ambíciou pobaviť fanúšikov, získať väčšiu interakciu a nových fanúšikov
- príspevky súvisiace s aktuálnym obdobím (Vianoce, Veľká noc, Valentín, Svetový deň originality a inovácií a pod.)
- citáty známych ľudí o PR znázornené v zaujímavej infografike
 - „Vybudovať si dobrú reputáciu trvá 20 rokov, no zničiť ju trvá len päť minút. Ak o tom pochybujete, niečo robíte zle.“ - Warren Buffett
 - „Ak by som mal posledný dolár, použil by som ho na PR“. - Bill Gates
 - „Dobrý PR príbeh je neporovnateľne efektívnejší než reklama na titulke“. - Richard Branson

Blog

Napriek tomu, že „obsah je kráľ“, aj dizajn zohráva svoju úlohu, preto odporúčame zatraktívniť vzhľad webovej stránky asociácie. Rovnako ju navrhujeme rozšíriť o blog, ktorého obsah bude členený do viacerých podstránok s jednoduchou orientáciou.

Obsah budú tvoriť:

- tipy týkajúce sa správy sociálnych sietí (čo a kedy uverejňovať, ako upravovať fotky...)
- edukatívne články o merateľnosti výsledkov kampaní, SEO atď.
- zábavný zdieľateľný obsah



Tradičné médiá

➤ printy a weby

- rozhovory s úspešnými profesionálmi z PR oblasti - motivácia pre mladých ambiciózných ľudí
- reportáže z akcií organizovaných asociáciou
- pr. médií: Eva, EMMA (sekcia kariéra), Trend, Stratégie
medialne.etrend.sk, strategie.sk...



Nábor nových zamestnancov

- navrhujeme nadviazať spoluprácu s vysokými školami zameranými na oblasť médií a marketingu

forma spolupráce:

- účasť na prednáškach, predstavenie práce v PR agentúre
 - prítomnosť na vedeckých konferenciách určených pre študentov
 - participácia na diskusiách organizovaných univerzitami
 - vytvorenie mailing listu podľa databáz študijných oddelení vysokých škôl – zasielanie pracovných ponúk a informácií o aktivitách asociácie
 - založenie PR klubu pre talentovaných študentov - teoretická a najmä praktická skúsenosť s PR (workshopy, prednášky ľudí z branže zo Slovenska aj zahraničia)
-
- účasť na veľtrhoch práce (Profesia days, Job Expo, Svet práce...)
 - propagačné materiály na úradoch práce prezentujúce PR profesiu

Ďakujeme za pozornost

Barbora Valová
Simona Zápachová