

---

## PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Trendy v Public Relations

Projekt byl navržen a proveden pro:

PRAM Consulting s.r.o.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

PRAM Consulting

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.3 Firemní publikace - brožury, bulletiny, newslettery

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Veronika Zahradníková

Firma/organizace: PRAM Consulting s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Mít kvalitní produkty a inspirativní nápady už v dnešní době nestačí. Důležité je dát o nich lidem vědět. Dobrá reputace dokáže značně rozšířit obzory. V PRAM Consulting se staráme o to, aby se o příbězích našich klientů mluvilo, a proto jsme vytvořili brožuru, která nejen ukazuje trendy v public relations, ale také zobrazuje příběhy našich klientů. Brožura je zároveň firemním profilem představující nenucenou formou naši společnost.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

PRAM Consulting pořádá společně s webem Médiář.cz od roku 2016 sérii seminářů pod názvem PR Brunch: [www.prbrunch.cz](http://www.prbrunch.cz), z kterých vznikají reportáže na webu, blogu, video záznamy, posty na sociálních sítích, k některým tématům jsme postavili i mikrostránky, jako např.: [www.peso.cz](http://www.peso.cz), a také vytváříme brožurky na jednotlivá prezentovaná témata. Brožurou nazvanou Trendy v Public Relations jsme shrnuli obsah z dvanácti seminářů do jedné publikace a dali tak trhu inspiraci na moderní praktiky v našem oboru.

Trendy v Public Relations jsou určeny pro všechny, kteří se ve své profesi zabývají komunikací. Brožura je distribuována účastníkům série seminářů PR Brunch a v rámci direct marketingové kampaně také manažerům komunikace firem působících v ČR.

**Strategie:**

Public relations je strategický komunikační proces, který buduje vzájemné vztahy mezi organizacemi a veřejností. Brožura Trendy v PR je sice firemním profilem, ale představení firmy je potlačeno na minimum a jsou vyzdvíženy trendy v oboru public relations tak, aby se naše cílová skupina mohla vzdělávat a čerpat inspiraci.

**Nástroje a aktivity**

Obsah brožury, jak textový, tak i fotografický, je postaven na tématech komunikovaných během série seminářů PR Brunch, které se konají už 4 roky. Na seminářích se nám podařilo vytvořit stabilní komunitu komunikačních manažerů přispívajících svými komentáři do brožury. Její grafika není náhodná, ale je spojena s designem prostor, kde se PR Brunch konají. Vše dohromady – lokalita, obsah, komunita, tak vytváří jednotný celek.

**Výsledky:**

S touto brožurou jsme získali obsahový materiál, který agentura rozdává při obchodních schůzkách, výběrových řízeních či na svých pravidelných seminářích PR Brunch. Díky tomu se zvýšila konverze jednotlivých schůzek i seminářů. Agentura zaznamenala vyšší úspěšnost ve výběrových řízeních a větší počet pozvánek do tendrů. Sekundárním efektem byla vyšší spontánní a podpořená znalost značky PRAM Consulting.

Zpětná vazba od těch, kteří od nás obdrželi brožuru, je velice kladná a potvrzuje naše cíle: „Brožura je inspirativní, čtivá, dobře graficky zpracovaná.“

Zpětnou vazbu jsme sbírali osobně během setkání s klienty a partnery.

Pokud svůj příběh nebudete vyprávět vy, zůstane zapomenut, nebo ho za vás bude vyprávět někdo jiný.

**Weblinky:**

[https://pramconsulting-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/veronika\\_zahradnikova\\_pram\\_cz/Ee4KgsoWX3hEnQGEom4t5YkBl1i71d5ibIrgzTszv9JXv6Q?e=BECMEK](https://pramconsulting-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/veronika_zahradnikova_pram_cz/Ee4KgsoWX3hEnQGEom4t5YkBl1i71d5ibIrgzTszv9JXv6Q?e=BECMEK)