

# JAK PREZENTOVAT ÚSPĚŠNĚ PROJEKTY, AKTIVITY A SEBE SAMOTNÉ



- Představení různých prostředků, forem, metod a strategií. Praktická cvičení: tisková zpráva, plakát a pozvánka, tisková konference.
- Témata: Teorie public relations. Komunikace v marketingu a PR. PR příspěvkových a neziskových organizací. Moderní marketingové a PR prostředky. Umění prezentovat své projekty, aktivity nebo sebe samotné.
- Press relations: Spolupráce se sdělovacími prostředky. Aktivity EVVO a jejich přínos ke komunikaci s veřejností.



# JAK PREZENTOVAT ÚSPĚŠNĚ PROJEKTY, AKTIVITY A SEBE SAMOTNÉ

K základním pravidlům úspěchu jak v osobním, tak v pracovním životě, patří umění prezentace. A to nejen konkrétního tématu či aktivity, ale také sebe sama. **Důležité je nepodcenit přípravu, prezentaci, myslet na své vystupování, které tvoří více než polovinu pozitivního výsledku.**



# Několik kroků k účinné prezentaci:

- *Stanovení si cíle*

Základní a nutnou podmínkou každé úspěšné prezentace je stanovení si cíle. **Předem je třeba ujasnit si, co má být prezentací vlastně dosaženo.**





# Několik kroků k účinné prezentaci:

- Příprava

Pro přípravu samotné prezentace musíme znát další doplňující informace, zejména je nezbytné klást důraz na to, **komu je prezentace určena, kdy, popřípadě v jakém časovém horizontu proběhne, kolik časového prostoru je pro ni vymezeno, kde se bude konat, jaké je vybavení a technické podmínky prostoru konání.** Pokud si připravíte prezentaci, která se bude promítat na plátno, neopomeňte zvolit optimální velikost písma, aby byl text dobře čitelný. Zkontrolujte si vždy grafiku a myslete také na gramatiku.



# Několik kroků k účinné prezentaci:

- *Jak zapůsobit*

Mnoho lidí se prezentací obává, protože má strach mluvit před publikem. Avšak pomocí jednoduchých triků, tréninku a praxe je možné trému překonat či se jí dokonce zbavit. Mezi nejjednodušší doporučení, která je vhodné před prezentací praktikovat, patří hluboké a pomalé dýchání, zkusit zavřít oči a na chvíli relaxovat. Dále je vhodné projít se po místnosti, kde se bude prezentace konat, a seznámit se s prostředím, ve kterém byste se měli cítit co možná nejpříjemněji. Rovněž se doporučuje vyzkoušet si prezentaci v místě konání nanečisto.



# Několik kroků k účinné prezentaci:

- Hlas

Nezapomeňte, že posluchači vnímají mnohem více než jen prostý obsah vašich slov. Podvědomě vnímají tón vašeho hlasu, který může znatelně ovlivnit závěrečnou interpretaci předávaného sdělení. Váš projev by tedy měl být dostatečně hlasitý, aby vás skutečně všichni dobře slyšeli. Přednes nesmí být monotónní, vhodné je střídat rychlost řeči, důležité body zopakovat a klidně za nimi udělat pauzu, která dodá věci na důrazu. Nezapomeňte ani na sklenici s vodou, protože při dlouhém mluvení snadno vyschne v krku.



# Několik kroků k účinné prezentaci:

- *Jak mluvit*

Samozřejmostí je projev ve spisovném jazyku. Naopak vyvarovat bychom se měli příliš odborným termínům, nebo výrazů, které jsou sice typické pro naše pracovní prostředí, avšak jiným oborům zůstávají neznámé. Důležité je věnovat pozornost výběru slov – neopakovat pouze jeden výraz, volit synonyma, přidávat přívlastky, zpestřovat výklad vhodným příkladem, příslovím či metaforou.





# Několik kroků k účinné prezentaci:

## Maličkosti, které dělají velký rozdíl:

- Vytyčení cílů je cesta k úspěšné prezentaci.
- Nepodceňujte přípravu.
- Nepodceňujte techniku. Zpětný projektor nebo data projektor slouží k zdůraznění hlavních bodů celé prezentace.
- Stůjte čelem k publiku a nemluvte k promítacímu plátnu.
- Nejdůležitějších je prvních 120 vteřin prezentace. Proto dbejte na dobře připravený úvod.
- Zdůrazněte svoje nadšení, budete-li nadšení vy, bude nadšeno i vaše publikum.



# Několik kroků k účinné prezentaci:

## Maličkosti, které dělají velký rozdíl:

- Oční kontakt je jedním z nejlepších způsobů, jak udržet pozornost publika. Správným očním kontaktem získáte a udržíte pozornost.
- Navažte s publikem dialog, vtáhněte je do vaší prezentace.
- Nepodceňujte neverbální komunikaci. Obličejová mimika podtrhne váš verbální projev, ale může prozradit i mnoho nechtěného.
- Na závěr je vhodné prezentaci shrnout a zopakovat nejdůležitější body.



# Několik kroků k účinné prezentaci:

- **Nejčastější zlozvyky:**

Ačkoli můžete mít prezentaci dokonale připravenou, některé špatné návyky či zlozvyky mohou celý dojem pokazit. Ze svého projevu proto vypusťte **vycpávková slova** typu „ehem, ééé“ a podobně. Místo těchto slov se raději naučte **dělat pauzu**. **Nervózní pohyby jako hraní si s tužkou, se šperky, vlasy a tak podobně na kvalitě prezentaci určitě nepřidají. Ani rozšafné rozhazování rukama nepůsobí příliš profesionálně.** S dobrými prezentačními schopnostmi se nerodíme, alespoň ne většina z nás, proto se zpočátku vůbec nestyďte trénovat před každou prezentací. Žádný učený z nebe nespádl.



# ZÁSADY KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ A MÉDII

## Základní pravidla spolupráce s médii:

- Pravidlo pravdivosti
- Pravidlo jasnosti
- Pravidlo jednoty slova a činu

*Vedle uvedených tří pravidel je potřeba myslet i na další zásady pro press relations:*

- Zásada kontinuity
- Zásada systematičnosti
- Zásada svázanosti s institucí a osobnostmi
- Zásada koordinace všech aktivit





# ZÁSADY KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ A MÉDII

V současnosti se spolupráce s médii dostává stále více do popředí zájmu nejen firem, ale také dalších organizací a institucí. Pro press relations se diktují ve styku s médii tyto aktuální priority:

- **Být informován** (zřízeno tiskové oddělení nebo najímána PR agentura)
- **Zprostředkovat správné partnery k oslovení** (tiskový odbor musí přesně vědět, kdo co v organizaci dělá, aby dotazy médií mohly být rychle zodpovězeny, nejvíce je na tuto prioritu nutné dbát v krizových situacích)
- **Být rychlý** (novináři jsou často pod časovým tlakem, proto je nutné rychle reagovat)
- **Zůstat „u míče“** (cíleně oslovit novináře, který o problematice píše)
- **Myslet v tématech** (novinky, trendy, přinášet exkluzivní informace)
- **Selektovat** (nezahrnovat velkým množstvím zpráv, ale účelně informovat ta média, která jsou pro nás důležitá)



# ZÁSADY KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ A MÉDII

## *Tiskové zprávy nebo informace*

Jsou základními písemnými prostředky při styku s médii. Při psaní tiskových zpráv či informací je důležité dbát na jednoduché zásady, které mohou ovlivnit i zveřejnění zprávy v médiích.



# ZÁSADY KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ A MÉDII

***Tisková zpráva či informace by měla být vždy podávána na formuláři či hlavičkovém papíře*** organizace, neměla by na ní chybět čitelná adresa či kontakt pro zpětnou vazbu. Neměla by přesáhnout dvě strany (ideální je však jedna strana A4).



# ZÁSADY KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ A MÉDII

***Stěžejní zprávu vyjadřuje  
titulek*** – měl by být jasný,  
povoluje se ho zkracovat o  
sloveso





# ZÁSADY KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ A MÉDIÍ

***Dramaturgie textu-*** v prvním textu by měly být uvedeny zásadní informace, celá zpráva je skládána tak, aby ji redaktor mohl volně zkracovat po odstavcích a přitom nezakrýval zásadní fakta. Na počátku psaní si vždy odpovězte na tyto základní otázky: kdo?, co?, kde? a kdy?. Teprve poté následují další okolnosti.



# ZÁSADY KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ A MÉDIÍ

## ***Jak vytvářet tiskové informace:***

- *text se musí skládat z jednoduchých a kratších vět*
- *nepoužíváme formu my – ale organizace...*
- *vyhýbáme se dodatkům, které znesnadňují chápání informace*
- *vyhýbáme se cizím slovům*
- *příliš se nechválíme*
- *nepoužíváme zkratky ani příliš mnoho titulů (jen výjimečně)*
- *každé jméno ve zprávě musí mít křestní jméno i příjmení, totéž platí u názvu firem či organizací*
- *texty oživí **citáty osob***
- *všechny číslovky do deseti vypisujeme slovem, od 11 píšeme raději číslovkou*



# „CO MÍT OBECNĚ ZMÁKNUTÉ?“

- CRM - kontakty
- Uzávěrky
- Kvalitní fotografie
- TZ na web
- Info (foto v tiskové kvalitě) na webu
- Dárek potěší



# ON-LINE MÉDIA A PRÁCE S NIMI

- **neomezené množství prostoru**, což přináší rizika i výhody (vaše informace se snadno publikuje, ale také ztrácí)
- **„sami novinářem“** (obsah v online světě můžete spolutvořit i vy sami) – [novinky.cz/vasezpravy](http://novinky.cz/vasezpravy)
- **Co nezvládnete cestou klasických médií, snadno doženete v online světě!**





# DALŠÍ MARKETINGOVÉ A PR NÁSTROJE

- Online
  - Web, sociální sítě, bannerové reklamy, portály, blogy, emailing (rozesílka),...
- Print
  - Noviny, časopisy, katalogy,...
- Outdoor
  - Billboardy, bannery, plakáty...
  - TV, rádio
  - Direct mail (roznáška do schránek)



# KVALITNÍ WEBOVÉ STRÁNKY

- Základ pro online propagaci (pamatujte, že v online světě musíte vždy někam odkazovat)
- V jednoduchosti a stručnosti je síla
- Můžete fungovat pouze na facebooku (přesto se vyplatí platit si doménu)
- 65% všech připojení je již přes mobil/tablet



# SOCIÁLNÍ SÍTĚ FACEBOOK, INSTAGRAM, YouTube,...

- **Nepodceňujte je**, ale ani **nepřeceňujte** (Najdete zde jen část své cílové skupiny)
- Naučte tam své fanoušky chodit **pravidelně** (každé pondělí tip na výlet, kvalitní fotky, osobní přístup, vytvořte lidem vztah)
- Stránky na facebooku versus **skupiny a akce**
- Facebook lze taky používat jako „zákaznickou podporu“ – **KONTAKT S CÍLOVOU SKUPINOU**



# ZÁVĚREČNÉ RADY

- Pamatujte, že marketing a PR je kontinuální, neustálý, dlouhodobý proces. Dopřejte mu čas, aby mohl opravdu fungovat podle vašich představ.
- Definujte svou unikátní výhodu a propagujte ji ve svých sděleních. Odlišit se od ostatních organizací, škol... je pro vás kriticky důležité – mimo jiné budete vědět, jak odpovídat, až se „zákazník“ zeptá:  
*„A proč vlastně bych měl jít na vaši akci a ne na akci druhých? A proč je tento projekt důležitý, a ne třeba ten jiný?“*





# ZÁVĚREČNÉ RADY

- Úspěšní budete v případě, kdy dokonale poznáte vaši cílovou skupinu a nabídnete jí přesně to, co si přeje.
- Srovnejte svou nabídku s „konkurencí“. Analyzovat můžete řadu věcí, například svůj klíčový produkt nebo službu, obsah projektu...atd.
- Zvýrazněte si nejdůležitější fakta a rozhodněte se, co s nimi uděláte.
- Pro svůj marketing si stanovte konkrétní cíle a termíny.



# ZÁVĚREČNÉ RADY

- Vyhodnocujte svůj marketing pravidelně. Vždy po akci, projektu, po školním roce apod...
- Poučte se z chyb do dalších akcí, projektů apod. Jsou to ty nejcennější zkušenosti.
- Načasujte své marketingové a PR aktivity správně, můžete tak jejich efektivitu zvýšit i několikanásobně.



# DOPORUČENÁ LITERATURA

- *Václav Svoboda: Public relations moderně a účinně (Grada, 2006)*
- *Olga Medlíková: Přesvědčivá prezentace*
- *Emil Hierhold: Rétorika a prezentace*
- *Marieon Recknagel, Heike Rohmann van Wüllen: Jak komunikovat chytře*
- *Marek Šedivý, Olga Medlíková: Úspěšná nezisková organizace*
- *Viktor Janouch: Internetový marketing*
- *Jana Přikrylová, Hana Jahodová: Moderní marketingová komunikace*



# DOPORUČENÉ ODKAZY

- Tvorba webů:
  - ***Webnode.cz***
  - ***Estranky.cz***
- Tvorba grafiky:
  - ***Piktochart.com***
  - ***Canva.com***
- Dotazníky, průzkumy:
  - ***Survio.com***
- Správa profilů na sociálních sítích:
  - ***Agorapulse.com***
- Direct mail – mailová rozesílka:
  - ***Smartemailing.cz***
  - ***MailChimp.com***
  - ***WebStepMail – www.webstep.net***





# PRAKTICKÉ CVIČENÍ

**ÚKOL č. 1: Vytvořte jednoduchou pozvánku na akci**

*(farmářský den, vánoční jarmark, velikonoční jarmark, Den Země, Ptačí kampaň, vlastní projekt...)*

**ÚKOL č. 2: Napište tiskovou zprávu na vybranou akci**

*(farmářský den, vánoční jarmark, velikonoční jarmark, Den Země, Ptačí kampaň, vlastní projekt...)*

**ÚKOL č. 3: Tisková konference k plánované události**



# DĚKUJI VÁM ZA POZORNOST

Michaela Mitáčková  
Hájenka, Semetín  
5. 1. 2017

