

VEŘEJNÉ ZAKÁZKY V MARKETINGU STÁTNÍ SPRÁVY

**Jak na nastavení cílů a vyhodnocení efektivity
komunikačních kampaní? Jaká jsou úskalí
spolupráce agentura vs. klient?
Nemonitorovaná média a jak s nimi pracovat?**

Efektivita vynakládání prostředků na komunikaci státu je často diskutovaným tématem. Podíváme se proto, jak ji můžeme plánovat a měřit. Stejně tak spolupráce mezi agenturou zadavatelem má svá specifika, která mohou spolupráci komplikovat. Projdeme si nejčastější úskalí, představíme pohled obou stran a praktické rady, jak dosáhnout společně nejlepších výsledků.

Dalším tématem setkání bude nákup mediálního prostoru, který je nedílnou součástí každého komunikačního projektu. Jak řešit veřejné investice do médií, která nejsou monitorovaná a nelze dokládat jejich efektivitu? Projdeme si všechna rizika a možnosti.

Workshop pořádá Asociace komunikačních agentur AKA ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj s přispěním Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR

TERMÍN: 21. října 2022 od 9.00 do 14.30 hod.

MÍSTO: Akademie veřejného investování Ministerstva pro místní rozvoj vchod z Pařížské ulice 4, Praha 1

PROGRAM:

09:00 Uvítání aneb Máme společný zájem / **MMR & AKA**

09:20 Výzkumy v marketingu veřejné správy

1. Komunikační proces a přehled fází, kde se při zadávání, řízení a vyhodnocování komunikace využívají výzkumy - **Hana Huntová, SIMAR**
2. Podrobnější popis a praktické příklady - krátké případové studie využití výzkumu
 - a. Segmentace cílových skupin, zjišťování potřeb a insighty, zapojení kvalitativního výzkumu - **Petra Víšková, CONFESS Research**
 - b. Testování konceptů, nastavování komunikačních nástrojů - mediální konzumace atp. - **Petra Průšová, Kantar**
 - c. Měření efektu komunikačních kampaní a jeho optimalizace - **Eva Maninová, Ipsos**
 - d. Ad hoc výzkumy a další nástroje, jak je zadat a na co si dát pozor - **Jan Tuček, STEM/MARK**
3. Shrnutí pravidel využití výzkumů (nezávislost, kvalita, přístup) a orientační ceny běžně využívaných nástrojů. - **Hana Huntová, SIMAR**
4. Evaluace komunikačních aktivit v praxi MMR - **Radek Kobza, ředitel Odboru publicity a evaluací fondů EU, MMR ČR**



5. Panelová diskuse: principy práce s výzkumy a daty při přípravě, řízení a vyhodnocení komunikace

11:30 Přestávka, drobné občerstvení a prostor pro networking

12:00 **Jak pracovat s agenturou, jak pracovat s klientem**

1. Zkušenosti z praxe z pohledu zadavatele aneb Na co si dát pozor v zadávací dokumentaci, ve smlouvě a při spolupráci samotné – **Mgr. Petr Milas, SZIF ředitel Sekce ekonomické**
2. Definice agenturních pozic, jak velký tým je dostatečný pro určité typy práce, proč kreativita a produkce dohromady, proč média zvlášť; jaký je rozdíl mezi strategickou a produkční kreativitou – **Roman Heřman, člen Prezidia AKA, REMMARK**
3. Jak řešit potřebu dlouhodobé spolupráce, jak ji zahrnout do poptávané ceny, jak a na co se dlouhodobá spolupráce hodí a co přináší za benefity –
4. **David Čermák, Momentum Czech Republic**

13:00 Přestávka, drobné občerstvení a prostor pro networking

13:20 **Nemonitorovaná média**

Jak zahrnout do mediaplánu média bez dat, jak hodnotit jejich efektivitu, a jak se vyhnout diskriminaci – **Ondřej Novák, ředitel Asociace mediálních agentur ASMEA**

14:00 Diskuse

14:30 Ukončení workshopu

Cena 2.800 Kč na účastníka (členové AKA a SIMAR 2.000 Kč). Pro účast je třeba se registrovat [zde](#), nejpozději do 7.10.2022, nebo do naplnění kapacity.

V případě dotazů nás neváhejte kontaktovat na e-mailu: office@aka.cz