PROPAGACE STUDENTSKÝCH ORGANIZACÍ

* - Lepší pověst, vysvětlit cíle + aktivity, chybí feedback, málo peněz, vnitřní komunikace, lidi o nás neví, schůze, povědomí sektářství, členové X řadoví studenti, offline komunikace, merchandising, **první kontakt,** my X ti předtím, porady
* + Oslovování partnerů , mediální partnerství, komunikace studenti s vedením/školou, FB promo, web => online komunikace

Komunikace- interní- offline

-důležitý osobní kontakt členů organizací

-pozitivní přístup

-teambuilding

-strukturování schůzí (důležitá příprava)

- **využití (školních) prostor,** alternativa- hospoda

**-** frekvence- pravidelnost

**-** zápisy ze schůzí (korporátní identita)

-**vztahy se školou-** pokusit se najít jednoho člověka, s kterým se bude dobře komunikovat (+ najít člověka z organizace, někdo z PR/marketingového týmu?)- základ dobré vztahy

-kompetence- předávání know-how, informací, úkolů -> možno smluvně ošetřit (stanovy)

Komunikace- interní- online

-stejné principy jako offline komunikace, jen skrz jiné kanály: FB, mail (KISS= keep it short and simple), forum

Komunikace- externí- offline

-reklama- plakáty

* počet (podle rozpočtu, distribuce- škola, menzy, koleje, oblíbené hospody)
* vylepovací plochy- omezení v budovách školy?
* Stručné, výrazné, co, kde, kdy, logo, logo sponzorů, logo partnerů (podle grafickýho manuálu), odkaz na web/FB, QR kódy (různé typy)- budoucnost?

-reklama- letáky

* jiné informace než na plakátu
* detailnější a více informací
* grafická jednotnost s plakátem

-merchandising, samply

-propagační materiály (časopisy, brožury,… propagace na sjezdech studentských organizací)

-PR aktivity- eventy (demonstrace, party)

-guerilla- nebát se kontroverze

-kreativita, originalita, věci netradiční, které zaujmou

Zlín

-Loučení s páťákama, partner- pohřební služba

-Bookhunters (pomoc studentům s hledáním v knihovně)

-plakát na rozsvěcení stromečku (perníček)

Externí online

* nejlevnější, čím dál tím víc účinnější - zaměřeno na studenty
* reklamní bannery – nákladnější (možnost využít barter-výměna), riziko přehlédnutelnosti
* Obsah je důležitý!!!
  + Web organizace
    - vlastní redakční články daleko čtenější – originalita
    - obsah týkající se činnosti Vaší organizace – lze lépe dohledat na google
    - aktualizace webu se vyplatí = ideální jeden článek denně
    - videa – reportáže, ideální youtube (studentskaleta.cz), možnost využití studentská televize
    - ankety – význam z hlediska šíření
    - twitter – riziko toho, že není moc studentů, výhoda možnosti komunikovat s cílovou skupinou
    - wordpress – redakční systém pro upravení webu, vzhledové šablony, zdarma, jednoduchost
    - grafika – design organizace
    - přemýšlet o zaměření, cílových skupinách a cílech stránky
    - sledovat jaké věci na webu lidé navštěvují a které je nezajímají
    - [www.jakmeritweb.cz](http://www.jakmeritweb.cz)
    - Struktura!!! – lidé musí vidět, to co chtějí, přehlednost
* Facebook
  + - neprodáváme produkt!!! Budujeme vztah!
    - událost-
      * jasný a čitelný titulek
      * prvních pět řádků to nejdůležitější, poté samostatný text
      * Psát správně česky – diakritika, velká písmena, tečka za větami, nepoužívat Smolíky nadmíru, nechat text čistý a neprznit ho
      * sdílení, likes – dohodnutí lidé z jiných fakult (další šíření)
    - status – nejefektivnější
      * používání otázek
      * insights – skvělé statistiky a přehledy o dění na vaším page
    - univerzitní knihovna, nebo jiná součást univerzity, která má vlastní FB page s velkým počtem fanoušků – pomoct při sdílení události
* Další tipy na nápady a tipy k marketingu a komunikaci
  + Laura Loader
  + Lupa.cz
  + Mediar.cz
  + Dobryweb.cz
  + Jakmeritweb.cz
  + Mediar.cz
  + Creative criminals.com
  + Tyinternety.cz
  + H1.cz