



Marketingová komunikace a PR

BRANÍK SOBĚ

MEDIÁLNÍ PLÁN
TÝM 10°

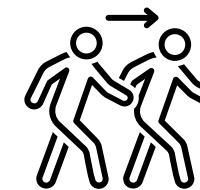


Dosavadní formy komunikace

- Webové stránky
- Sociální sítě – FB
- Informační portály
 - Goout, Kudy z nudy, Citybee
 - Deník Metro,
 - Zažít město jinak
 - nasbranik.cz
- Venkovní plocha



1732



1852



6. ROČNÍK POULIČNÍHO FESTIVALU

BRANÍK

SOBĚ

Generální partner
BRANÍK
Pivo jedna radost

Hlavní partner
trigema

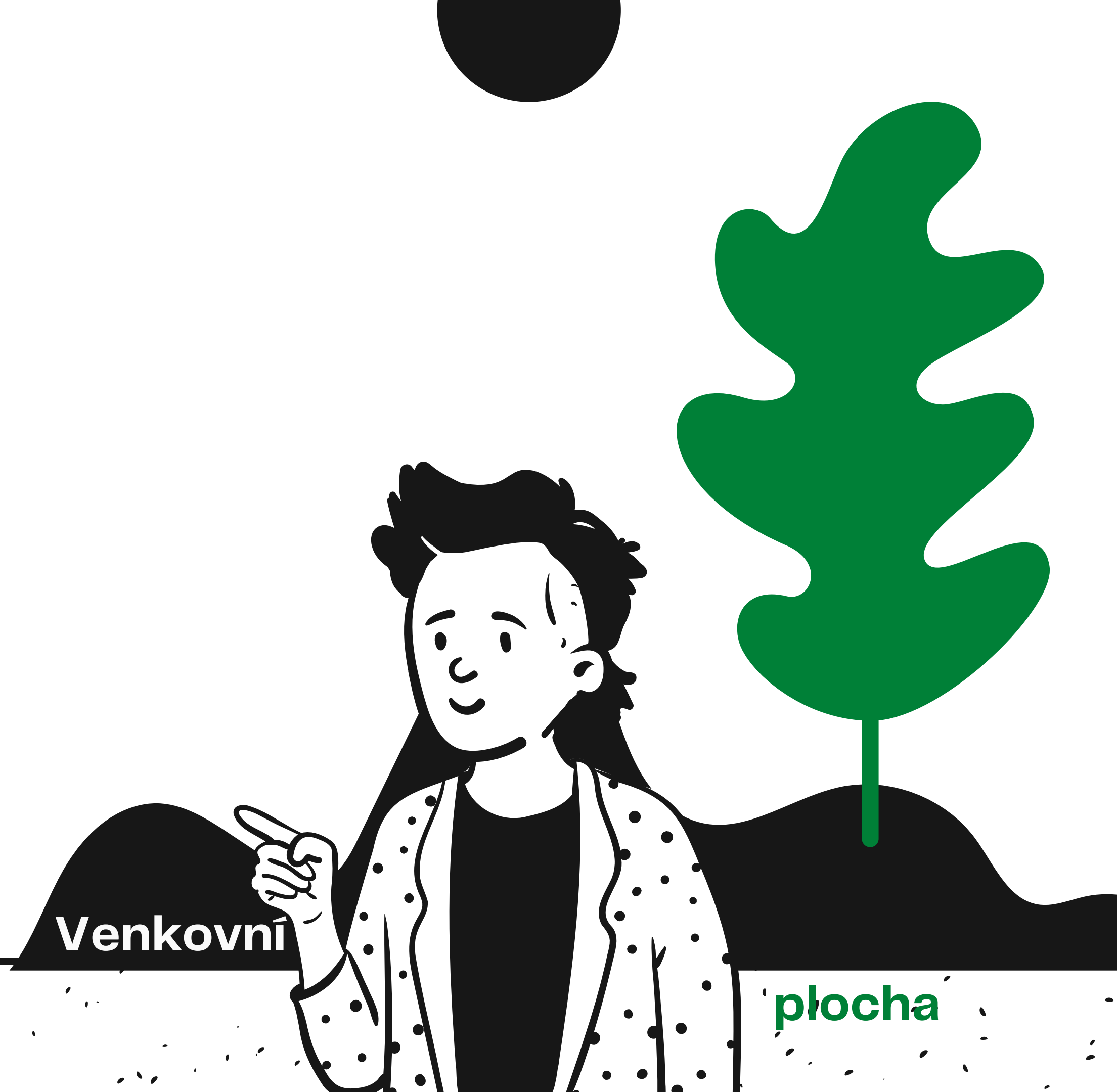
Za podpory
 Zažít město jinak

SOBOTA
 9. ZÁŘÍ 2017,
 11 - 22 HOD. **BEZOVÁ**

HUDBA: PORTLESS - THE ODD GIFTS - KAMIL JASMÍN
 - MIREK KEMEL
DIVADLO: DIVADLO SKLEP - BUCHTY A LOUTKY
 - DEMAGO - TLD ZVONEČEK - KUBRT
NA ULICI: JARMARK - DĚTSKÁ ZÓNA - PIANOTÉKA
 - BLEŠÁK - ROZTLESKÁVAČKY - REKOLA
 - FIRESHOW
KINO NA SCHODECH: 8. ZÁŘÍ FILM PO STRNIŠTI BOS

WWW.BRANIKSOBE.CZ

Hlavní mediální partner: MF
 Partner: AMERS
 Mediální partneři: 1 DĚTI
 Organizátoři: RADIO UNITED, KUBRT, PERIFERIE CAFE



Venkovní

plocha

Cíle komunikační kampaně

zvýšit povědomí o akci
i u obyvatel ostatních
městkých částí

navýšit počet
návštěvníků, tím i
zájem partnerů a
případných zdrojů
financí

efektivně upozornit na
nadcházející jubilejní
ročník

na FB stránce
maximálně zvýšit
počet „to se mi líbí“ a
počet sledujících

zřídit instagramový
účet



Cílové skupiny

Rodiny s dětmi

- žijící v městské části Braník
- rodiče vyzvedávající děti ze školky v Bezové

Rezidenti městských částí

Prahy 2, 5, 10, 11, 12, 16

- věková skupina 23 - 50 let
- rodiče s dětmi

Mladí hipstři se zájmem o pivo

Braník a kulturu

- věková skupina 18 - 27 let
- Praha
- aktivní uživatelé instagramu



pojetí kampaně

Attention

- Pozornost cílových skupin by si měly získat jednotlivé sdílené příspěvky na sociálních sítích nebo umístěné tištěné reklamy.

Interest

- Zájem v potenciálním návštěvníkovi vyvolá zajímavost a jedinečnost akce popisovaná v propagačních materiálech, uvolněná nálada festivalu a zajímavý výběr interpretů.

Desire

- Pravidelné příspěvky, které by vždy odhalily kousek z programu festivalu nebo teasery budou v lidech pomalu budovat napětí a touhu festival navštívit osobně.

Action

- Touha poslechnout a vidět naživo své oblíbené interprety nebo jen oslavit lásku k pivu pak návštěvníky pobídne k navštívení na festival.





MacBook Pro

5 6 7 8 9
F ~ Z ^ Y & á - |
R < T Z U I
F G

6. ROČNÍK POULIČNÍHO FESTIVALU

BRANÍK

SOBĚ

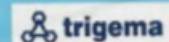


Generální partner



Pivo jedna radost

Hlavní partner



Za podpory

Zažít město jinak

SOBOTA
9. ZÁŘÍ 2017,
11 - 22 HOD.

BEZOVÁ

HUDBA: PORTLESS - THE ODD GIFTS - KAMIL JASMÍN
- MIREK KEMEL

DIVADLO: DIVADLO SKLEP - BUCHTY A LOUTKY
- DEMAGO - TLD ZVONEČEK - KUBRT

NA ULICI: JARMARK - DĚTSKÁ ZÓNA - PIANOTÉKA
- BLEŠÁK - ROZTLESKÁVAČKY - REKOLA
- FIRESHOW

KINO NA SCHODECH: 8. ZÁŘÍ FILM PO STRNIŠTI BOS

WWW.BRANIKSOBE.CZ

Mediální partner



Partner



Mediální partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Partner



Tištěné propagační materiály

- rozšíříme o brožury a samolepky
- možná plecháčky:)





SEZNAM MÉDIÍ A NOVINÁŘŮ



**Noviny Prahy 12 –
měsíčník Prahy 12**

**Časopis Klíč –
měsíčník Prahy 11**

**Noviny Prahy 2 –
měsíčník Prahy 2**

**Časopis Pětka –
měsíčník Prahy 5**

**Praha 10 – měsíčník
Prahy 10**

Možnosti nízkonákladové propagace

Word of Mouth

Soutěž na FB



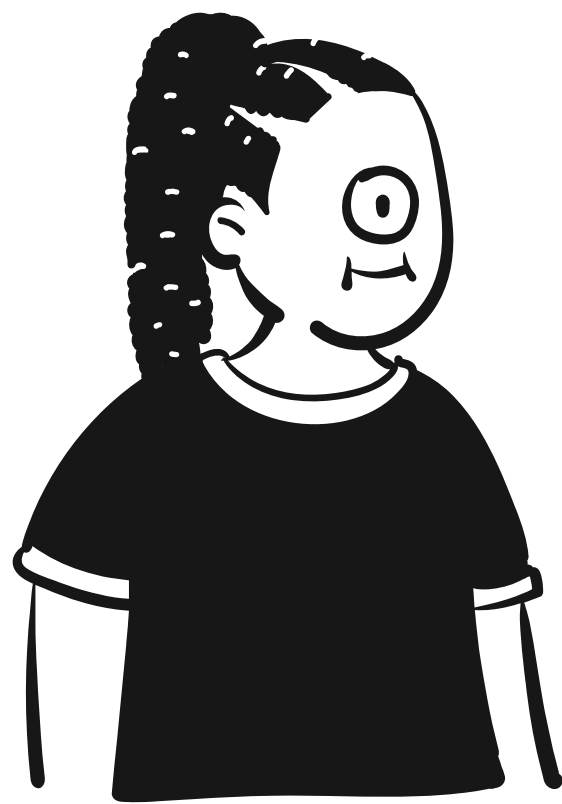
IDENTIFIKACE RIZIK

- **zrušení akce (důvod: Covid-19)**
vytvoření alternativního programu
zahrnujícího nejrůznější restrikce
- **snížená návštěvnost (důvod: restrikce kvůli Covidu-19)**
zajištění ochranných pomůcek a rychlotestů na místě komfort
návštěvníka
- **nepříznivé počasí**
pořízení stanových
přístřešků a venkovních
ohřívačů



SMART CÍL

- S** – Zvýšit sledovatelnost FB a založení instagramové stránky festivalu (specifický)
- M** – Nárůst o 300 sledujících (FB: má cca 1 852, chceme 2 152), (IG 0 na 300) (měřitelný)
- A** – Více aktivní účty – soutěže atd. (dosažitelný)
- R** – Je potřeba mít čas a finance na propagaci (reálný)
- T** – Do začátku festivalu 4. 9. 2021 (termínovaný)



Rozpočet

Termín: 4.6.2021 - 4.9. 2021

Titul	Formát	Cena za 1 inzerát v Kč	Červen		Červenec					Srpen					Počet inzerátů	Cena v Kč		
			4.6. - 27.6.				28.6. - 1.8.					2.8. - 4.9.						
			22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33			34	35
Facebook	Prop. příspěvky	400/den								1			2	1		4	1600	
Facebook	Událost	200/den			1					1			2	2		6	1200	
Facebook	PR video	2000/měsíc											1			1	2000	
Instagram	Prop. příspěvky	200/den		1	1			1			2	2		1	2	10	2000	
Venkovní reklama	Plakáty	5,5/ks	50				10	10		10			20			100	550	
Radio spot	Český rozhlas	7000/týden											1			1	7000	
Tištěná reklama	MHD	3000/měsíc											1			1	3000	
Celková cena v Kč			1225				1165					15510						17350



BRANÍK SOBĚ

DÍK TOBĚ (Vám)

TÝM 10°

