



MEDIÁLNÍ PLÁN

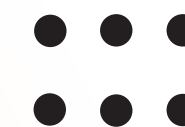
2024

VISION

2024

TÝM 6

OBSAH



01 Představení festivalu

02 Analýza komunikace

03 Záměry a cíle kampaně

04 Cílové skupiny

05 Návrh kampaně a model AIDA

06 Mediální plán

07 Identifikace rizik

08 SMART metoda

09 Návrhy dalších způsobů propagace

10 Rozpočet

INTRO

STUDENTSKÁ FASHION SHOW // SFS 2023

- **SFS 23**
 - Pragovka 5.5.
- **SFS VISION**
 - Kolektor 11.11.
- **VISION 24**
 - Gabriel Loci 3.5.



#OOTD



ANALÝZA KOMUNIKACE

SOCIÁLNÍ SÍŤE // VISION PRAGUE

- Instagram

- 1105 sledujících
- 126 příspěvků

- TikTok

- 8 sledujících
- 2 příspěvky

- FB Událost

- 137 má zájem
- 46 se zúčastní

- Linktree

- odkazy na síť a proběhlé fashion show
- Open Call pro dobrovolníky
- vstupenky



visionprague

Following

Message



123 posts

1,028 followers

14 following

VISION Fashion Events

Event

Non-profit fashion event

3. 5. 2024

#VISION24

linktr.ee/visionprague

Followed by monika.hartigova, katerinajohanka, + 9 more



VISION24



Napsali o nás



SFS VISION



Návrháři SFS V



SFS23

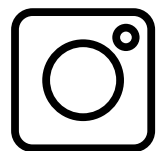
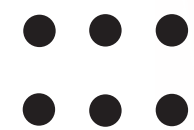


Návrháři SFS23

POSTS

REELS

TAGGED



ANALÝZA KOMUNIKACE



NAPSALI O NÁS // VISION PRAGUE

Jarní fashion show od studentů pro studenty je zpět. Druhý ročník VISION je tu



MÓDA FASHION TIPY

**Fashion show VISION24
představí mladé nadějně
designéry**

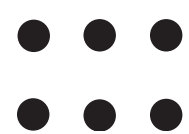
FASHION SHOW VISION24 BRZY ODHALÍ TVORBU MLADÝCH DESIGNÉRŮ



REDAKCE / 22. 04. 2024



V pátek 3. 5. 2024 se v unikátních prostorech Gabriel Loci uskuteční druhý ročník jarní fashion show s názvem VISION24. Jedná se o projekt podporující tvorbu mladých designérů. Můžete se těšit jak na nové tváře módního průmyslu, tak na bohatý hudební doprovod.



CÍL KAMPANĚ //

01 Přilákat více potenciálních zájemců o VISION24.

02 Oslovit současnou módní komunitu a veřejnost zajímající se o módní trendy nebo hledající inspiraci.

ZÁMĚRY A CÍLE KAMPANĚ

SOCIÁLNÍ SÍTĚ //

- **INSTAGRAM**

- Oslovení širšího publika
- + 1 000 sledujících

- **TIKTOK**

- Sledování trendů a vytváření kvalitního obsahu
- + 4 000 sledujících

- **FACEBOOK**

- Aktuální informace

ČÍLOVÉ SKUPINY



VĚK //

- **15 – 26 let**
 - mladší TikTok
 - starší Instagram a Facebook

IDENTIFIKACE //

- **zájem o fashion**
- **studium módy**
- **zájem o kulturní akce**
- **studenti Arts managementu**



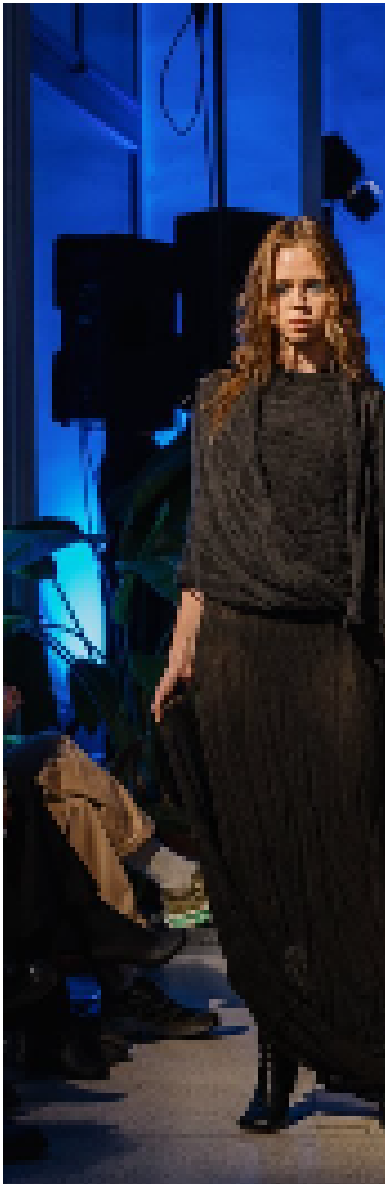
NÁVRH KAMPANĚ

Zvýšení povědomí prostřednictvím médií a sociálních sítí:

- Placená propagace na sociálních sítích s cílem informovat veřejnost o konání VISION24.
 - Očekává se větší sledovanost a aktivní zapojení nových sledovatelů.

Spolupráce s módními časopisy a influencersy:

- Zvýšení propagace přehlídky prostřednictvím módních časopisů a influencerů.
 - Tyto kanály jsou efektivní pro zvýšení povědomí o akci a lákání nových návštěvníků.



MODEL AIDA

A_Attention

- soutěž o vstupenky
- placená reklama na sociálních sítích
- free preparty

D_Desire

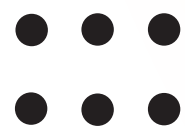
- rozhovory s celebritami a návrháři

I_Interest

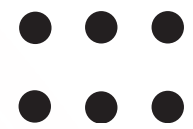
- upoutávky na minulé ročníky
- pravidelné příspěvky na sociálních sítích o konání události

A_Action

- zúčastnění se fashion show



IDENTIFIKACE RIZIK



KONKURENČNÍ AKCE

- Riziko stejného data

NEÚSPĚŠNÁ PROPAGACE

- Definování cílové skupiny
- Načasování kampaně

ÚČINKUJÍCÍ/PERSONÁL

- Nedostavení se
- Zranění se

TECHNICKÉ PROBLÉMY

- Výpadek elektřiny

FINANCE

- Špatný odhad rozpočtu
- Nedostatečný prodej lístků

PŘIJETÍ VEŘEJNOSTÍ

- Negativní reakce publika
- Negativní recenze v médiích



MEDIÁLNÍ PLÁN



Mediální plán VISION 24		1.4. - 3.5.2024				
Médium	forma propagace	1.týden 1.4.-7.4.	2.týden 8.4.-14.4.	3.týden 15.4.-21.4.	4.týden 22.4.-28.4.	5.týden 29.4.-3.5.
Instagram	vlasní příspěvky	2	2	2	3	3
Instagram	vlastní story	2	2	2	5	5
Instagram	placená propagace			1	1	1
Facebook	vlasní příspěvky	2	2	2	3	3
Facebook	vlastní story	2	2	2	5	5
Facebook	placená propagace			1	1	1
Tiktok	vlasní příspěvky			1	1	2
Tiktok	placená propagace					1
Influencer	reklama				1	1



METODA SMART

2 HLAVNÍ CÍLE KAMPANĚ //

Cíl 1: Zvýšení návštěvnosti letního ročníku 2024 o 5 % oproti podzimnímu ročníku 2023

Cíl 2: Zvýšení aktivity a sledujících na Instagramu o 10 %

S specifický



M měřitelný



A dosažitelný



R realistický




T termínovaný



DALŠÍ PROPAGACE





Arts Podcast

Arts Podcast

UMĚNÍ · KAŽDÉ DVA TÝDNY · 📻

Kdo hýbe kulturou?! Kdo stojí za českou kulturní scénou? Arts podcast přináší rozhovory s kulturními manažery, zákulisními hráči a zkušenými organizátory z oblasti kultury více

[▶ Poslední díl](#) [+ Sledovat](#) [⋮](#)

Díly >

PŘED 3 DNY

Petr Kučera, ředitel památky Vyšehrad 33 min [⋮](#)

Co obnáší péče o národní kulturní památku? Jak se vystudovaný architekt stane ředitelem Vyšehradu? Jak naplno využít potenciál brandu, který je známý nejen u nás, ale i v zahraničí? A jak bude vypadat budoucnost Vyšehra...

11. 4.

Patrik Šimon, sběratel umění 39 min [⋮](#)

Jak vypadá cesta sběratele umění? Proč je důležité vybírat umění srdcem? A proč nepatří politika do umění? Ptáme se Patrika Šimona, sběratele umění. Pro detaily z nahrávání a další informace o hostech i aktuálním kulturním dění...

28. 3.

Jakub Pešek, zakladatel festivalu Lunchmeat 34 min [⋮](#)

Jak se vyvíjela scéna elektronické hudby v poslední dekádě? Propojení vsokého a "nízkého" umění - proč je Česká republika stále pozadu? Proč



ROZPOČET

// NONPROFIT ORGANIZATION

Náklady pokrývají:

- tržby z prodeje vstupenek
- sponzoři
- dary





DĚK UJEME

