

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Od public relations k leadershipu

Klient:

Patrik Schober - PRAM Consulting

Agentura / Přihlašovatel:

Premium Media Group a. s.

Spolupracující agentura / subjekt:

-

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Kontaktní osoba:

Jméno: Tereza Kotěšovská

Firma/organizace: Premium Media Group, a. s.

**Stručné shrnutí projektu:**

Kniha upozorňuje na budoucí výzvy pracovníků a na to, jak komunikovat, aby dosáhli úspěchu a leadershipu. Klade si otázky, kterým budou vedoucí osoby společností a komunikace potřebovat v následujících letech odpovědi.

Autorem progresivní publikace je Patrik Schober, zakladatel a Managing Partner PRAM Consulting.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Cílem celého projektu je popularizace public relations a predikce vývoje celého oboru. Kniha chce upozornit na hrozby, trendy a změny, které otřásají celým světem a dotýkají se oboru.

Cílovou skupinou jsou profesionálové z oblasti kreativního průmyslu, odborníci z řad managementu firem zajímavých se o komunikaci a široká veřejnost.

**Strategie:**

Současný český knižní trh nenabízí žádnou praktickou publikaci o Public Relations. Vydavatelství se spolu s autorem rozhodlo zaplnit „díru na trhu“. Původně byla kniha vydána v angličtině ve vydavatelství Emerald. Záměrem bylo vydat kvalitní český překlad, recenzenty, unikátní celobarevnou grafiku s pevnou vazbou. Po vydání knihy následovala kampaň podporující prodej, budování brandu autora a jeho firmy.

**Nástroje a aktivity:**

Překlad byl realizován v úzké spolupráci s autorem a recenzenty Petrou Koudelkovou z FFUK a Vladimírem Bystrovem z Bison&Rose, kteří poskytli zpětnou vazbu k původnímu textu. Kniha je sestavena z devíti kapitol, které představují klíčové výzvy pro PR průmysl. Do knihy přispělo patnáct ikon světového PR průmyslu jako je Paul Holmes či Melissa Waggnier Zorkin.

Kniha je doplněná spoustou infografik a shrnujícím komentářem ke každé z kapitol. Pro dobrou orientaci bylo zásadní vytvořit publikaci s exkluzivním vzhledem a vizuálním rozdělením.

**Výsledky:**

Vydání knihy se stalo jednou z hlavních událostí PR průmyslu roku 2023. Na křtuse sešlo 80 odborníků z řad PR lídrů. Recenze knihy vyšly v hlavních odborných médiích a byla představena na významných konferencích jako je Forum Media či Fénix Content Marketing. Pro propagaci knihy byla vytvořena mailingová kampaň, která oslovila 3 500 zákazníků. Zároveň byla připravena PPC kampaň a kampaň na sociálních sítích, která přinesla vysoký engagement rate. Kniha napomohla k rozšíření trhu a zaplnění jeho nedostatků.

**Weblinky:**

<https://online.fliphtml5.com/ugfwu/rybg/>, <https://www.youtube.com/watch?v=1SLAt9HhL9o&t=6s>