

S K R Z  P R S T Y

OBSAH

ÚVOD	01	ART	22
ČLENOVÉ TÝMU	03	PROMO	32
SWOT ANALÝZA	04	AUDIOVIZE	47
CÍLOVÁ SKUPINA	07	PRODUKCE	51
PR	09	HESLA A ÚČTY	61
FUNDRAISING	17	ZÁVĚR	63

ÚVOD

Čauko, tuhle „knihu“ jsme vytvořili jako tvého **průvodce světem Skrz Prstů ročníku 2021**. Najdeš tady úplně všechno, co jsme zvládli i nezvládli a zároveň se dozvíš, co jsou Skrz Prsty vlastně zač. Tenhle soubor ti poslouží jako univerzální příručka v dalších ročnících a pomůže ti chopit se příležitostí a vyhnout se chybám, kterými jsme si v tomto roce prošli my. Kdykoli si nebudeš vědět rady, můžeš nahlédnout do této knihy, a nebo se neváhej obrátit přímo na nás - tenhle projekt nám přirostl k srdci, a tak vždy rádi pomůžeme.



Anotace k projektu

Skrz Prsty je projekt, který vznikl na půdě Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně před 8 lety.

Projekt otevírá, probírá a diskutuje o tématech, která jsou pro společnost tabu.

Lidé často nechtějí nebo se bojí o těchto tématech bavit a nahlíží na ně právě „skrz prsty“. Projekt je však nezaujatý a vždy se snaží přinést pohled na obě strany mince. Je tedy pro všechny, kdo se chtějí dozvědět něco více o probírané tematice a nebojí se podívat pravdě do očí, ačkoliv to může změnit jejich dosavadní názor.

Projekt Skrz Prsty je každý rok nový, neokoukaný a záleží jen na tobě, o čem další rok bude. Jaká témata byla probírána najdete na našem webu www.skrzprsty.cz.

Přejeme hodně štěstí v příštím ročníku tohoto skvělého projektu a věříme, že ho dokážeš posunout zase o několik levelů dál!

Kajka & Shirda

Členové týmu

Karolina Staniczková — hlavní manažerka

Jan Široký — hlavní manažer

Lenka Drabešová — manažerka PR

Martina Melčáková — tým PR

Petr Krygel — tým PR

Natálie Durčáková — manažerka fundraisingu

Tereza Zmeškalová — tým fundraisingu

Petra Rudolfová — tým fundraisingu

Dominika Procházková — tým fundraisingu

Vojtěch Mátl — tým fundraisingu

Anna Fischerová — art directorka

Lukáš Demovič — 3D modely | art tým

Klára Tylčerová — tiskoviny | art tým

Vanessa Švárová — správa webu | art tým

Markéta Opravilová — výroba merche | art tým

Kryštof Samuel Vraspír — výroba dáreků pro řečníky | art tým

Stanka Adamová — fotografka | art tým

Aneta Pospíšilová — manažerka propagace

Kristina Šlachtová — tým propagace

Václav Řidkošil — tým propagace

Natálie Čuková — režisérka | tým audiovize

Vendula Kopečná — produkční audiovize | tým audiovize

Pavla Vaňková — kameramanka | tým audiovize

Martin Pekárik — střiháč | tým audiovize

Leona Vyhnálková — zvukařka | tým audiovize

Jakub Opočenský — animace | tým audiovize

Martin Špavelko — animace | tým audiovize

Adriana Bendžálová — animace | tým audiovize

Margarita Chalaya — prostorový design | tým audiovize

Jolana Švábová — manažerka produkce | tým audiovize

Ludmila Vaňurová — tým produkce

Gabriela Slezáčková — tým produkce

SWOT ANALÝZA

SWOT ANALÝZA



S Silné stránky

- Výběr tématu
- Zájem o téma všech členů týmu
- Skvělá interní komunikace
- Tým šikovných a pracovitých lidí
- Přesunutí akce do online prostředí
- Vizuál projektu
- Komunikace projektu směrem k veřejnosti
- Merch v podobě ručně šitých tašek z recyklovaných bannerů
- Ceny pro řečníky v podcastu

W Slabé stránky

- Slabé stmelování týmu
- Ztráta motivace
- Chyběla tabulka deadlinů
- Řešení věcí s malým předstihem
- Chyběly pravidelné schůzky
- Slabé PR v offlinu
- Velký tým - nezapojení všech členů týmu
- Odchod jednoho z hlavních manažerů v průběhu projektu
- Odchod režisérky v průběhu projektu
- Špatná komunikace s audiovizí
- Videospot nebyl zcela v duchu projektu



O Příležitosti

- Navázání nových dlouhodobých spoluprací
- Rozšíření fanouškovské základny
- Zvýšení povědomí o projektu i mimo Zlín
- Velká účast v dubnové výzvě k mentálnímu zdraví
- Velká účast na obou workshopech
- Poslechovost a zhlédnutí podcastů
- Spolupráce s Fakultou technologickou

T Hrozby

- Možnost pouze online komunikace
- Zákaz pořádání hromadných akcí kvůli pandemii
- Dlouhé schvalování nového webu
- Zaslání špatné faktury jednou z firem přímo na účtárnu UTB
- Odřeknutí spolupráce s podnikem Kafec na poslední chvíli
- Dlouhá a složitá komunikace s některými partnery
- Nemožnost setkávat se s týmem kvůli pandemii

ČÍLOVÁ SKUPINA

Studenti a mladí lidé (18–35 let), kteří se s daným tématem v životě setkali, o kontroverzní témata zajímají a chtějí se z vlastní iniciativy něčemu novému přiučit a najít si vlastní názor na problematiku nebo se naopak s daným tématem na vlastní kůži sice neseťkali, ale o problematice se chtějí dozvědět více a nebojí se diskutovat o citlivém tématu.

Primárně: Lidé ze Zlína a okolí

Sekundárně: Lidé z celé ČR, kteří využívají internet a sociální sítě

PERSONY

Martina, 28 let

Mladá maminka dvou dětí ze Zlína, která se během mateřské dovolené ve volných chvílích zajímá o místní události a podniky, jež ráda podporuje. Mezi její záliby patří trávení času s dětmi, procházky po městě, návštěva místních podniků

Lucie, 21 let

Studentka vysoké školy v Olomouci. Zajímá se o společenské a kulturní dění a ekologii. Má ráda turistiku a zdravý životní styl, své volné chvíle tráví se svým přítelem nebo kamarády, s nimiž si ráda povídá o hlubších tématech.



Přehled konkurence

Jeden Svět
Amnesty International
HateFree Culture
Nevypust' Duši
Code of Life

Ekologická udržitelnost

Vzhledem k předchozím ročníkům a především k celkové filozofii Skrz Prstů by projekt měl být zachován v ekologickém duchu a snažit se například využívat produkty šetrné k přírodě, jako například látkové ručníky, znovupoužitelné kelímky, papírové nádoby, recyklovat staré materiály a produkty z minulých let a snažit se jim vdechnout nový život.

Sociální aspekt

Místo konání se může každým rokem měnit, nicméně bezbariérový přístup, program pro tělesně či mentálně handicapované je vždy velkým plusem a projekt by se, nejen vzhledem ke svým hodnotám, měl každým rokem snažit o naplnění těchto bodů.

Internacionalizace projektu

Internacionalizaci lze posílit pozváním některého ze zahraničních řečníků či účinkujících, díky čemuž by se mohli zapojit také studenti z programu Erasmus, což by bylo přínosné pro ně i pro náš projekt.

PR

PR

Členové týmu

Členové týmu

Lenka Drabešová — sestavení mediaplánu, rozdělování úkolů, pomoc s texty pro ostatní sekce (oslovovací e-maily, korektury, texty na web, popisky k podcastu a rozhovorům na YouTube, poděkování partnerům), otázky pro řečníky, zpracování rozhovoru s hostem podcastu, text k facebookové události, informativní text o události na sociální síti, sběr kontaktů mediálních partnerů, oslovování mediálních partnerů, sepsání pozvánky pro média a studenty, příspěvky na Twitter, děkovný e-mail pro děkana Technologické fakulty, sestavení press kitu

Petr Krygel — pomoc s texty pro ostatní sekce (oslovovací e-maily, korektury, popisky k podcastu a rozhovorům na YouTube), oslovovací e-mail pro děkana Technologické fakulty, otázky pro řečníky, sběr kontaktů mediálních partnerů, oslovování mediálních partnerů, příspěvky na LinkedIn

Martina Melčáková — pomoc s texty pro ostatní sekce (oslovovací e-maily, popisky k podcastu a rozhovorům na YouTube, poděkování partnerům), otázky pro řečníky, sběr kontaktů mediálních partnerů, oslovování mediálních partnerů

Poslání a cíle sekce

Hlavním **posláním** sekce PR je udržovat kontakt s cílovými skupinami. Skrze média a Twitter, jako diskusní platformu, jsou cílové skupiny informovány o festivalu Skrz Prsty, o jeho programu a jak je možné se do jeho aktivit zapojit či se samotného festivalu zúčastnit.

Cílem této sekce je především vytvořit vhodnou strategii, vybrat relevantní kanály a média pro oslovení a následné zajištění velkého mediálního zásahu tak, aby o festivalu vědělo co nejvíce lidí a následně se ho zúčastnili.

Tiskové zprávy

Informace k tiskové zprávě předává manažer, popřípadě manažeri dalších sekcí. Do každé tiskové zprávy zahrnout citaci od relevantní osoby k tématu. Buď jej požádat o citaci nebo napsat za něj. Vždy dotyčné osobě napsat a ujasnit se, že s citací souhlasí.

Včas k tiskovým zprávám zajistit od Artu jednotnou šablonu nebo doplňující vizuál.

Uložit ve formátech PDF a WORD.

Po sepsání poslat odkaz na Google Drive hlavní manažerce a na e-mail Evě Gartnerové (přidají do dokumentu poznámky, připomínky atd.).

Tiskovou zprávu nahrát na disk do press kitu a složky s tiskovými zprávami.

Při posílání vždy přiložit odkaz na press kit – fotky, vizuál.

Struktura tiskové zprávy

metoda obrácené pyramidy - to nejdůležitější psát na začátek (perex se nepočítá), na konec psát to, co pro nás není zase tak podstatné. Tiskové zprávy si média krátí od konce

titulek - výstižný, k věci, poutavý

perex - úvodní odstavec, který shrnuje odpovědi na základní otázky - co, kdy, kde, jak, proč. Často se označuje za "samostatnou část" - pokud by média vyjali pouze něj, měli by se v něm dozvědět vše, co tisková zpráva shrnuje.

první odstavec - "nový začátek" tiskové zprávy. Oprostit se od perexu a psát, jako by perex nebyl, tudíž začít rozebírat informace znovu (pozor ale na opakování stejných vět)

druhý odstavec - citace člověka kompetentního k vyjádření se, zároveň by měl být citující dostatečně pro čtenáře atraktivní (raději citovat řečníky, výherce, než manažery Skrz Prstů)
další odstavce atd. atd.

konec tiskové zprávy - odkaz na sociální sítě, web Skrz Prstů

odkaz na letošní tiskové zprávy: <https://drive.google.com/drive/folders/1QhQvXupReHuppJVs0q2i1oLw9Ay0T-UA?usp=sharingText>

Press kit

Obsahuje

- tiskové zprávy
- anotace projektu a další textové soubory
- aktuální vizuál
- fotky s loňského ročníku festivalu Skrz Prsty
- bio řečníků/ hostů podcastu
- texty na sociální sítě

posílat s tiskovými zprávami

aktualizovat vždy s aktuálními tiskovými zprávami

příprava: nejlépe září

odkaz na letošní press kit: https://drive.google.com/drive/folders/1frphWpLMlYzSn51oEkf_5M4uMEQ0pF9k?usp=sharing

Web Skrz Prsty

Textace webu — změna neaktuálních informací

Blog — Bylo by do budoucna dobré zvážit, zda začít na webu Skrz Prsty blog, kde by se mohly zveřejňovat články o Skrz Prstech, rozhovory, ale i partnerská plnění

Pokud se tak rozhodnete, určitě je vhodné, aby měl web/blog na starost jen jeden člen z PR, který bude napsané články publikovat a aktualizovat informace (články píšou samozřejmě všichni členové).

Twitter a LinkedIn

Sledovat a propojovat se se zajímavými osobnostmi a redaktory z médií, které jsou pro nás relevantní (zaměřit se např. na redaktory, kteří píšou do pro nás relevantní rubriky).

Používat vhodné hashtagy a označení.

Využívat Twitter především jako diskuzní fórum - interakce s cílovou skupinou a vyzvy k aktivitě.

Poprosit všechny členy týmu, aby si přidali projekt na LinkedIn a sdílet zde úspěchy a novinky z projektu.

Na Twitter a LinkedIn je dobré si určit jednoho člena týmu, který se o obsah pro danou platformu bude starat.

Webové aktuality a hromadné emaily

Posílat na email: krutil@utb.cz

Posílat minimálně týden před akcí!

Media list

Na začátku každého ročníku aktualizovat - společně v týmu, schválí PR manažer, který vše konzultuje s hlavním manažerem.

Zhodnotit, která média jsou RELEVANTNÍ.

Průběžně doplňovat, která média byla oslovena, zveřejněné články, odezvy.

Odkaz na letošní media list: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1a0_ECK1cZE3PbdDM0a2577HE4-2zG9eFFSF7rZY6OMw/edit?usp=sharing

Mediální spolupráce

Tiskovky posíláme na média (relevantní média, která se při tvorbě media listu schválí s PR manažerem a hlavním manažerem) bez jakéhokoliv nárokovaní na mediální partnerství od druhé strany.

Vytipovaná média, která bychom chtěli za mediální partnery, oslovíme přímo s nabídkou partnerství. Můžeme jim nabízet vždy: logo na webu, na sociálních sítích, na promítacích plátnech během festivalu Skrz Prsty.

Mediální spolupráce VŽDY před odsouhlasením schválit s PR manažerem a hlavním manažerem.

Kudy z nudy

Domluvený společný článek pro všechny projekty Komagu, ale později se již redakce neozvala.

kultura21.cz

Jako odrazový můstek do světa mentálního zdraví slouží web a Facebook festivalu Skrz Prsty. Jsou na nich k dispozici všechny důležité informace a odkazy. Na Instagramu jsou k vidění infografiky, zaměřené na to, jak zvládat různé, psychicky náročné, situace. Twitter pak bude sloužit jako platforma pro diskusi a inspiraci.

Více informací: www.skrzprsty.cz

Festival Skrz Prsty, který vzniká pod taktovkou studentů Fakulty multimediálních komunikací Zlínské univerzity se vrací v plné síle, pandemii navzdory. Tématem 8. ročníku je velmi aktuální oblast mentálního zdraví. Různou formou bude představena jeho důležitost, možné poruchy, prevence či léčba.

Nově vznikl také podcast, ve kterém se na mentální zdraví nahlíží z mnoha úhlů pohledu. Hosty podcastu jsou například Eva Césarová z České psychedelické společnosti a biohacking představuje Veronika Allister, spoluzakladatelka projektu Code Of Life. O své zkušenosti se podělil také psychoterapeut Ondřej Mikulášek a další. Všechny díly podcastu jsou dostupné na Spotify a také na YouTube.

V prvním díle podcastu Skrz Prsty se v rozhovoru s Ivou Kolevovou otevřela témata ohledně prevence mentálního zdraví již od útlého věku, nebo jak svoji psychiku udržovat stabilní během pandemie. „Pokud cítíme, že nám není dobře delší dobu a výrazným způsobem to omezuje náš každodenní život, je důležité vyhledat odbornou pomoc,“ uvádí Iva Kolevová, projektová manažerka organizace Nevypust duši.

Pro obyvatele a návštěvníky Zlína je připraveno několik tras s QR kódy, které odhalí různá místa související s mentálním zdravím. „Trasy vedou například kolem kavárny, venkovních sportovišť, parků a dalších klidových zón. Na mapě jsou vyobrazeny také různá odborná pracoviště zabývající se psychickým zdravím,“ dodává manažerka

Co se povedlo

Velkým úspěchem naší sekce byl zajisté způsob, jakým tým vždy komunikoval a vzájemně spolupracoval s ostatními sekcemi. Všichni členové vždy byli velmi pohotoví, kreativní a ochotní. Také jsme úspěšně zvládli otextovat nový web, který má více možností než ten starý. Nyní je možné sdílet příspěvky z Twitteru a podcastů přímo na něm. Velmi kvalitně jsme také vypracovali otázky pro hosty podcastu, který byl stěžejním prvkem letošního ročníku, jež probíhal online. Proto máme radost také z rozšíření projektu na platformy Twitter a LinkedIn, kde jsme nabrali pár nových sledujících a můžeme předat dobré základy, pro nadcházející ročníky. Navázali jsme také pár nových kontaktů s médii, např. s Kudy z nudy.

Co se moc nepovedlo

Velkým kamenem úrazu bylo to, že již od začátku byl kladen malý důraz na strategii a přesný mediální plán. Také velmi chyběla při práci šablona s vizuálem pro tiskové zprávy, jelikož by to pro nás i pro média bylo snazší a efektivnější. Velmi kritický byl slabý mediální dosah před i během festivalu, zapříčiněný pozdě vytvořenými a zaslánými tiskovými zprávami. Navíc ani nebyl včas vytvořený mediální press kit, na kterém se tento proces také pozdržel.

FUNDRAISING

FUNDRAISING

Členové týmu

Členové týmu

Naty Durčáková — manažerka fundraisingu

Terka Zmeškalová

Vojta Mátl

Pet'a Rudolfová

Domča Procházková



Náš tým začínal s pěti členy, tento počet podle mého názoru maximální, nejde totiž tolik o to, kolik členů nasbíráš, ale o to, jestli jde o lidi, kteří jsou do práce zapálení. Už na výběrku je třeba koukat po lidech, kteří jsou nadšení pro věc, komunikativní a motivovaní. Je třeba už od začátku členům týmu říkat, že to, co děláme je důležité a přínosné, neboť bez této sekce by projekt vznikl jen těžko.

Osobně jsme se kvůli pandemické situace nesešli ani jednou, pokud bude příští rok situace lepší, doporučuji se ale pravidelně potkávat, online komunikace není vždy ideální.

Na začátku každý člen napsal do seznamu 10 firem a ty pak oslovil. V dalším kole jsem pak firmy hledala sama a kolegům je přidělovala, abychom urychlili proces. První schůzku jsme uspořádali ale ještě před začátkem oslovování, zde jsme si řekli, jakým způsobem budeme postupovat a jaký máme jako sekce úkol. Oslovovali jsme stylem e-mail s partnerkou, pokud nepřišla odpověď do 3 dnů tak hovor. Myslím si, že tento způsob je nejsnazší, v hovoru pak máte na co se odvolávat ("Poslala jsem Vám partnerskou nabídku, koukali jste na ni? Co na to říkáte?").

Na disku ve složce Fundraising najdeš rozpočet, oporu ke psaní mailů, nápady na oslovení a samotnou tabulku s kontakty.

Partneři

Oslovili jsme cca 80 firem, spolupráci jsme domluvili ale jen s několika z nich, finanční podpora se nám povedla vyjednat pouze s nakladatelstvím Grada.

Grada — 8 000 Kč a 12 000 Kč v knihách a poukazech

Playbag — 2 Batohy v hodnotě 5 000 Kč

Seduo — Online kurzy

Český mindfulness institut — 2 knihy

Doller — nakonec se spolupráce neuskutečnila, jsou ale dlouhodobě Skrz Prstům nakloněni

Dále jsme od Živého Zlína dostali grant ve výši 15 000 Kč, jsou nakloněni spolupráci i do dalších let. Od školy jsme získali 10 000 Kč z předešlého ročníku. Některé peníze pak projektu přinese i prodej merche. Tím pádem jsme naplnili rozpočet a další partnery jsme neoslovovali.

Partneři, kteří slíbili spolupráci v roce 2020 o ni tento ročník neprojeví zájem.

Co se povedlo

Rozhodně se povedlo naplnit rozpočet, což bylo naším hlavním posláním. Dále jsme navázali díky pomoci manažerky Kajky spolupráci se Živým Zlínem. Pokud půjde jen o produkty, myslím, že i Seduo, Doller a Playbag budou naklonění spolupráci i pro rok 2022. Co se týče komunikace v rámci týmu, vždy jsme vše podstatné vyřešili ať už v chatu, nebo v hovoru na MS Teams.

Co se moc nepovedlo

Nejde vyloženě o problém z naší strany, ovšem je třeba zmínit, že komunikace se Živým Zlínem byla zprvu velice složitá. To samé platí u Grady. Celé jednání Grady působí spíše tak, že nás chtějí jen využít. Poměrně dlouhou dobu jsme s paní Spáčilovou řešili smlouvy, se kterými měla Grada neustále problém. Pokud by to šlo, bylo by dobré posílit komunikaci v rámci týmu a to osobními schůzkami, bohužel nám to situace nedovolila.

ART

ART

Členové týmu

Členové týmu

Anna Fischerová — art directorka, sociální sítě

Vanessa Švárová — správa webu

Lukáš Demovič — 3D modely

Klára Tylčerová — tiskoviny

Markéta Opravilová — výroba merche

Kryštof Samuel Vraspír — výroba dárků pro řečníky

Stanka Adamová — fotografka

Harmonogram

Harmonogram



Říjen | listopad

Vymýšlení vizuálního stylu, partnerka a plakáty.

Prosinec

Komunikace s promo sekci ohledně představy rozložení na IG, představy ohledně komunikace na FB, chystání příspěvků a briefů.

Leden

Vytváření webové stránky Skrz Prsty a její spuštění, začátek komunikace na sociálních sítích.

Únor

Náhledovky na youtube a spotify podcastů skrz prsty, jingl a úvodní titulky do podcastů, QR kódy, pozvánku pro PR a výroba hlavolamu (dárek) pro řečníky.

Březen

Příspěvky pro promo zaměřené na terapii, online terapii a různé alternativní způsoby (psychedelika), poděkování řečníkům pro produkce.

Duben

Výzva + příspěvky, dožití tašek z banneru.

Tým

Celý tým byl poskládán tak, aby každý člen měl svoji část práce a nestalo by se, že by se pozice opakovali a nebo nebyly využity. První měsíce jsme si volali jednou týdně pouze ve složení grafiků, abychom vymysleli vizuální styl celého festivalu. Produktový designéři, fotografka a grafička webu se nezúčastnili, abychom je nezatěžovali. Ostatní členové byly v kontaktu pomocí zpráv nebo telefonátů. Tým fungoval skvěle a každý člen odvedl práci na jedničku a hlavně včas.

Všichni členové týmu byly vybráni podle jejich schopností a zájmů. Dle toho se jim určila role v týmu a nebo se přizpůsoboval samotný vizuál. Lukáš je šikovný přes 3D grafiku a tak jsme ji zvolili jako hlavní prvek do vizuálu. Na sociální sítě jsme zase používali fotky Staňky.

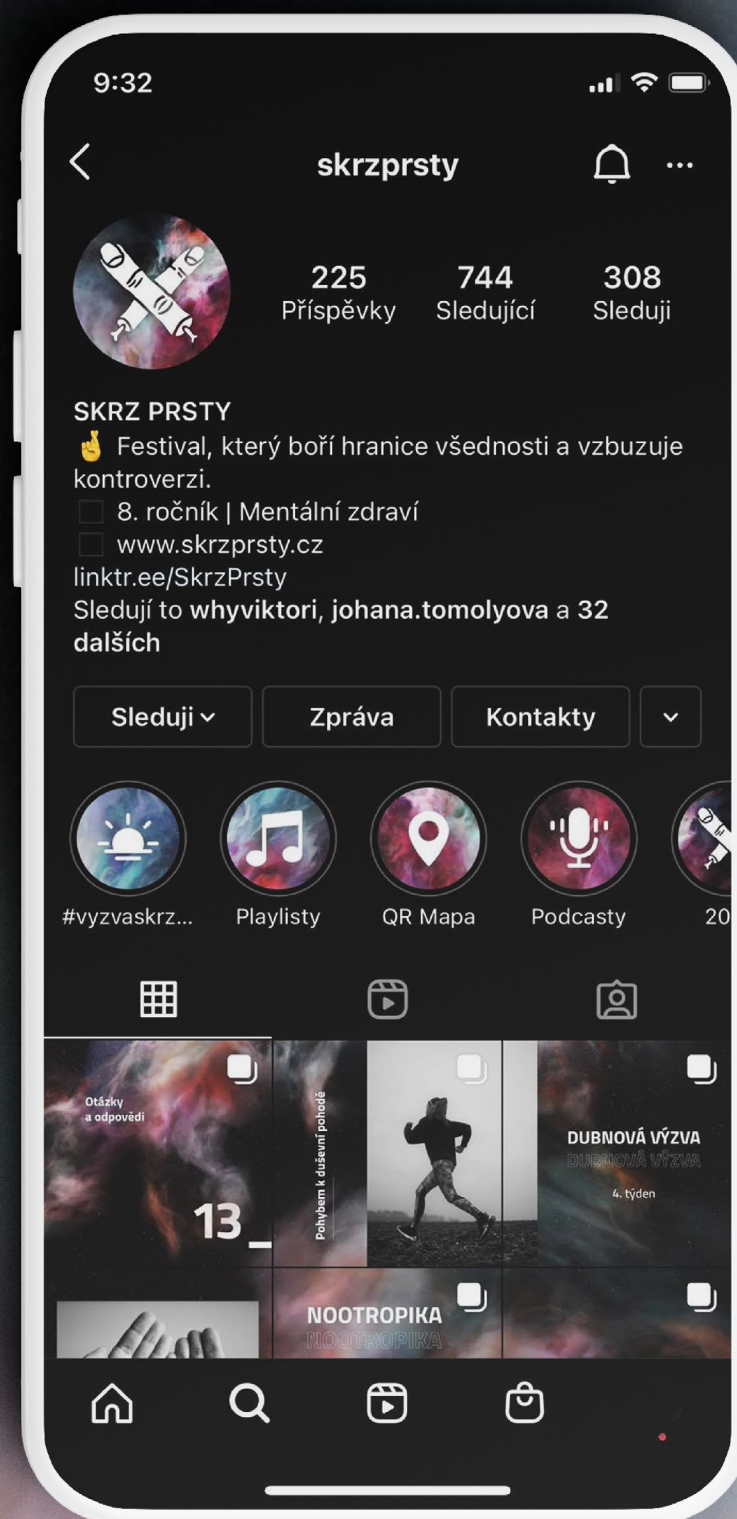
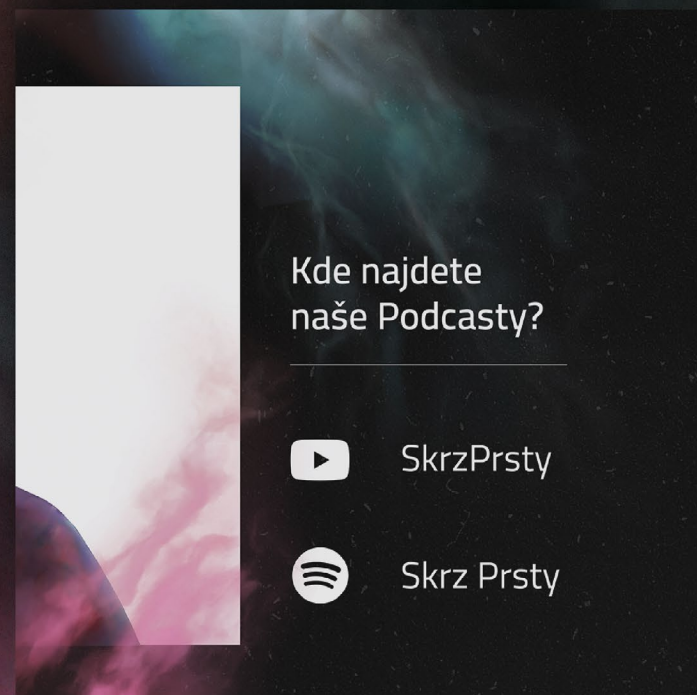
Každopádně většinu práce jsem zvládla udělat nakonec sama, protože se vše přesunulo do onlinu a stačilo pouze udržet vzhled příspěvku na sociálních sítích.

Vizuál

Téma pro tento ročník bylo mentální zdraví. Prvně jsme měli ambice vytvořit tři různé vizuály, které by se střídali, ale z časové náročnosti, jsme nakonec vybrali pouze jeden, který se nám nejvíce líbil.

Hlavní motiv je 3D hlava neurčitého pohlaví, ve které proudí myšlenky ve formě barevné mlhoviny a následně vychází ven z hlavy do okolí. Mlhovinu dále používáme na sociálních sítích jako metaforu plujících myšlenek. Dále na plakátu používáme bílé čtverce, které symbolizují okno do duše. Celý vzhled je tmavý, protože toto téma je vážné a nemělo by se brát na lehkou váhu. Poslední grafický prvek je rozdvojené písmo, které má odrážet vnitřek a venek člověka. Hlavní font jsme použili Cairo.









Co se povedlo

Samotný vizuál sklidil velmi pozitivní ohlasy. Nejvíce zaujal grid, kterého jsme se drželi celou dobu na instagramu. **Přihlásili jsme se do Best in design a vyhráli čestné uznání.** Také se chceme přihlásit do dalších soutěží.

Velmi dobře fungovala komunikace mezi sekcí promo, kde jsme se dobře domluvili nad formou zadávání briefů. Briefy byly vytvořené i s týdenním předstihem a tak byl dostatek času na ujasnění si věcí a na zpětnou vazbu, jestli je vše v pořádku.

Okolí zaujal koncept tašek vyšité ze starých bannerů, které se drží filozofie celého festivalu.

Co se moc nepovedlo

Někdy byla horší komunikace s dalšími sekcemi, protože neexistovala tabulka s deadliny, a nejhorší to bylo se sekcí audiovize. Rozhodli jsme se pro tento ročník rozdělit art a audiovizi zvlášť a fungovaly jsme jako samostatné složky, bohužel se vytratila komunikace a to vedlo k problému, kdy vznikl spot, který nefungoval s vizuální identitou.

Dále před vydáním prvního podcastu se podcenila časová náročnost vytvoření jinglu a závěrečných titulků a práce byla zadaná pozdě. To se následně podepsalo na kvalitě výstupu.

Poté, co se festival celý přesunul do onlinu, tak jsme skoro vůbec nevyužili grafičku na tiskoviny. Naštěstí to byl pouze jeden člověk.

Ztratili jsme dva týdny u schvalování webu tak i u podepisování smluv o převzetí nášivek na tašky.

Doporučení

Doporučení

Vytvořit tabulku deadlinů, kdo pro koho má co vytvořit. Mít dobře zadané briefy od ostatních sekcí. Mít pořádek ve složkách a pojmenovat je správně, aby ostatní sekce věděli kde co hledat. Vytvářet věci, které musí projít schvalovacím procesem, mnohem dříve.

Mít sekci pouze artu s tím, že hlavní art manažer opravdu dělá pouze to, že všechno klape, jak mezi grafiky tak i audiovizí.

Pokud chcete mít opravdu vizuál na 100%, tak doporučím mít přímo pozici grafika, který bude dělat vizuál storýček a bude neustále v kontaktu s promem. Já jsem to raději vyřešila s návodem a s šablonami, jak to mají lidi z proma používat, aby nemuseli čekat.

PROMO

PROMO

Členové týmu

Členové týmu

Aneta Pospíšilová — manažerka propagace, komunikace s Artem a ostatními sekcemi, content plán, komunikace na sociálních sítích

Kristina Šlachtová — pravá ruka, QR stezka, komunikace na sociálních sítích

Václav Řídkošil — 2. pravá ruka, komunikace na sociálních sítích, oslovování

Aktivity

Komunikace na sociálních sítích

Copywriting k příspěvkům na sociálních sítích

Playlisty

Komunikace se všemi sekcemi

Tvorba komunity na IG

Online komunikace událostí

QR stezka duševního zdraví

Harmonogram

Harmonogram



Listopad | prosinec

Tvorba strategie, komunikace s Art sekci ohledně představy rozložení na IG, představy ohledně komunikace na FB, chystání příspěvků a briefů.

Leden

První idea QR stezky, vytyčení cílů, domluva stylu komunikace a rozdělení si rolí, začátek komunikace na sociálních sítích.

Únor

Komunikování různých druhů duševních onemocnění, představení podcastů, 1. speciální QR kód spojený se stezkou.

Březen

Příspěvky zaměřené na terapii, online terapii a různé alternativní způsoby (psychedelika).

Duben

Výzva + příspěvky.

TÝM

Jako první bych ráda vyzdvihnula, jak skvěle fungoval náš tým. Mou radou pro budoucí ročník je pracovat s týmem, kde ideálně jednoho člověka znáte lépe, můžete se na něj spolehnout a rozumíte si. Měli jsme velkou výhodu v tom, že si náš tým sedl i povahově a veškerá spolupráce byla snazší.

Z důvodu pandemie jsme se nescházeli osobně, ale pouze online – což je škoda. Ze začátku jsme měli společné hovory 1x za týden, kde jsme spíše brainstormovali, bavili se a vzájemně poznávali. Později se z online hovorů upustilo, jelikož byl každý přesycen videohovory. Snažili jsme se řešit menší věci co nejrychleji a v tom se nám vyplatila společná skupina.

Na začátku jsem se snažila poznat silné a slabé články jak Vaška, tak i Kristi. Tohle bych rozhodně doporučila, protože je pak mnohem snazší rozdělovat úkoly. Ráda bych zdůraznila, že celý náš tým fungoval na vzájemné domluvě a každý dělal to, co je potřeba (měla jsem jistotu, že se jeden na druhého můžeme spolehnout a pokus si tím nejsi jistý/jistá, tak je lepší si stanovit pevnější hranice).

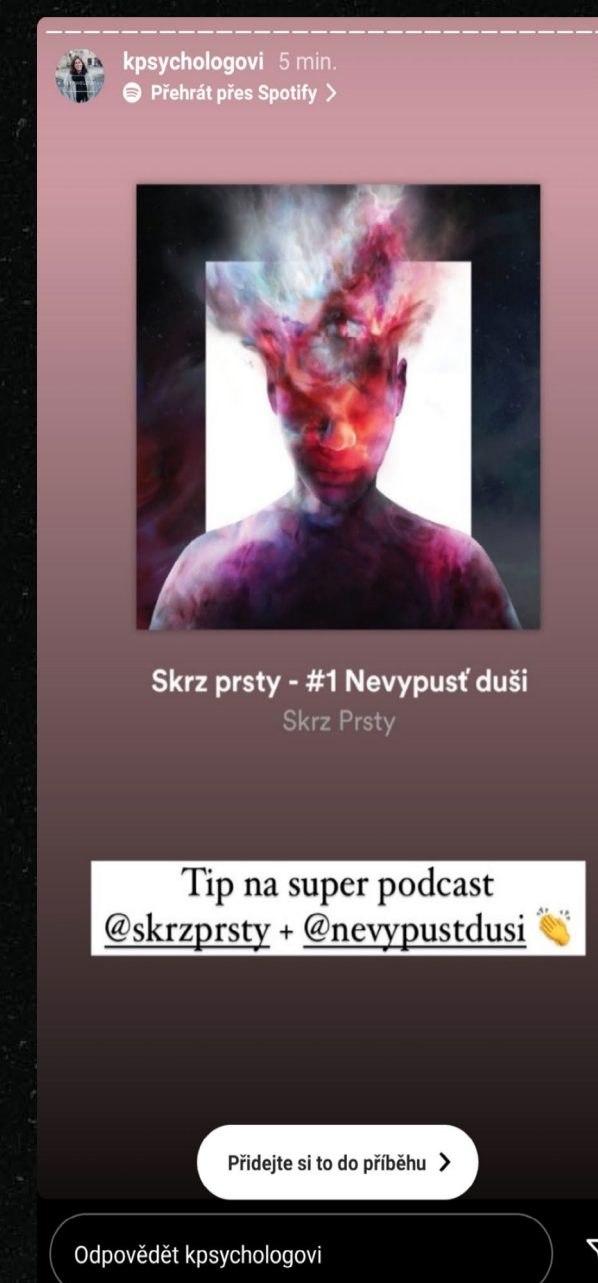
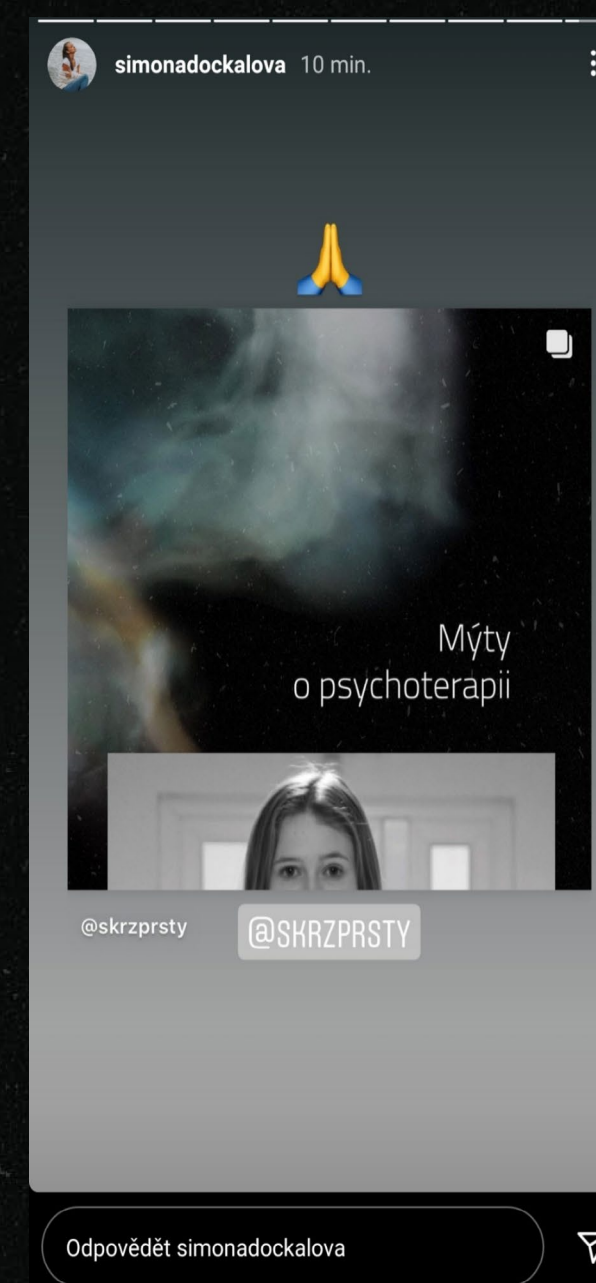


Co vlastně od proma čekat?

Komunikuješ za celý projekt a je na tvé sekci, aby projekt byl vidět. Tvoříš instagramové a facebookové příspěvky, instagram stories, udržuješ kontakt se sledovateli, odpovídáš na komentáře, tvoříš události a obsah, který by mohl zaujmout. Obepisuješ lidi / projekty, kteří by Skrz Prsty mohli potenciálně sdílet. Je toho hodně a pokud to chceš dělat pořádně a pravidelně, tak to rozhodně bude chtít obětování části tvého volného času. Bez hladké komunikace se všemi sekcemi to nepůjde! Takže doporučuju udržovat dobré vztahy, zajímat se co se v jaké sekci děje a aktivně spolupracovat s Art sekcí, která všechny výstupy zpracovává.

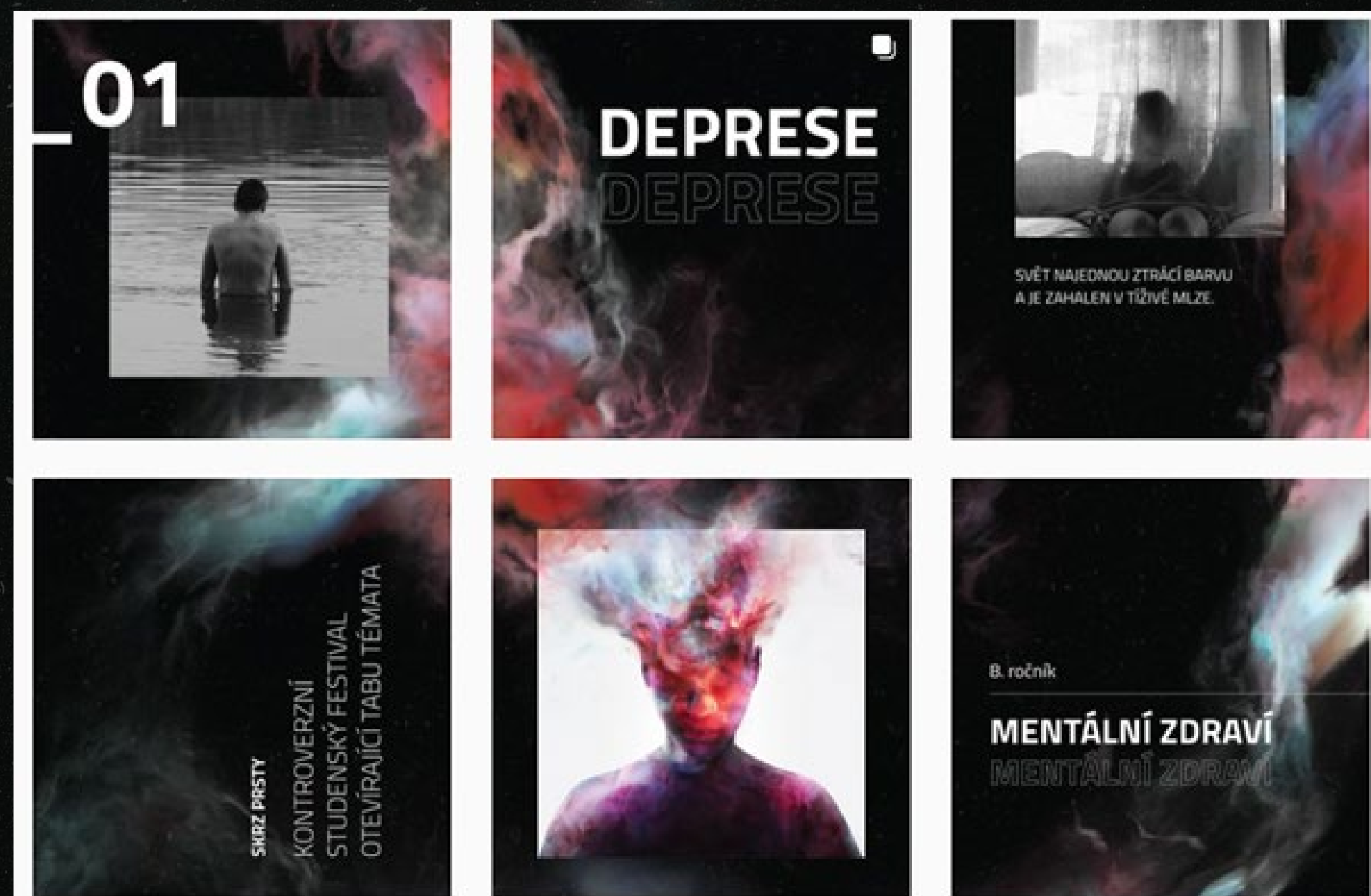
Jak jsme komunikovali na sociálních sítích my?

Jako primární platformu jsme si zvolili Instagram. Facebook jsme brali jako doplňující a chtěli jsme na něm převážně sdílet naše události, workshopy a týdenní shrnutí. Pokud jde o Instagram, tak jsme přidávali příspěvky 3x týdně + jsme aktivně využívali stories, kde jsme předávali tipy, sdíleli ostatní (to je dobré na crosspromo) a motivovali naše sledovatele. Jde vidět, že se naše práce vyplatila, jelikož je 7. 5. 2021 a Skrz Prsty mají 746 sledujících (začínali jsme na cca 390). **Skvěle se nám osvědčilo tagovat do příspěvků i instastories účty** jako @zlinokoluhacovicko, @zlin.eu, @useitzli, @zlinke_matky a samozřejmě účet naší fakulty @fmk.utb (v rámci lokálních zlínských účtů), dále jsme označovali navíc účty, které mají s tématem něco společného - @terap.io @nevypustdusi @kpsychologovi a další.

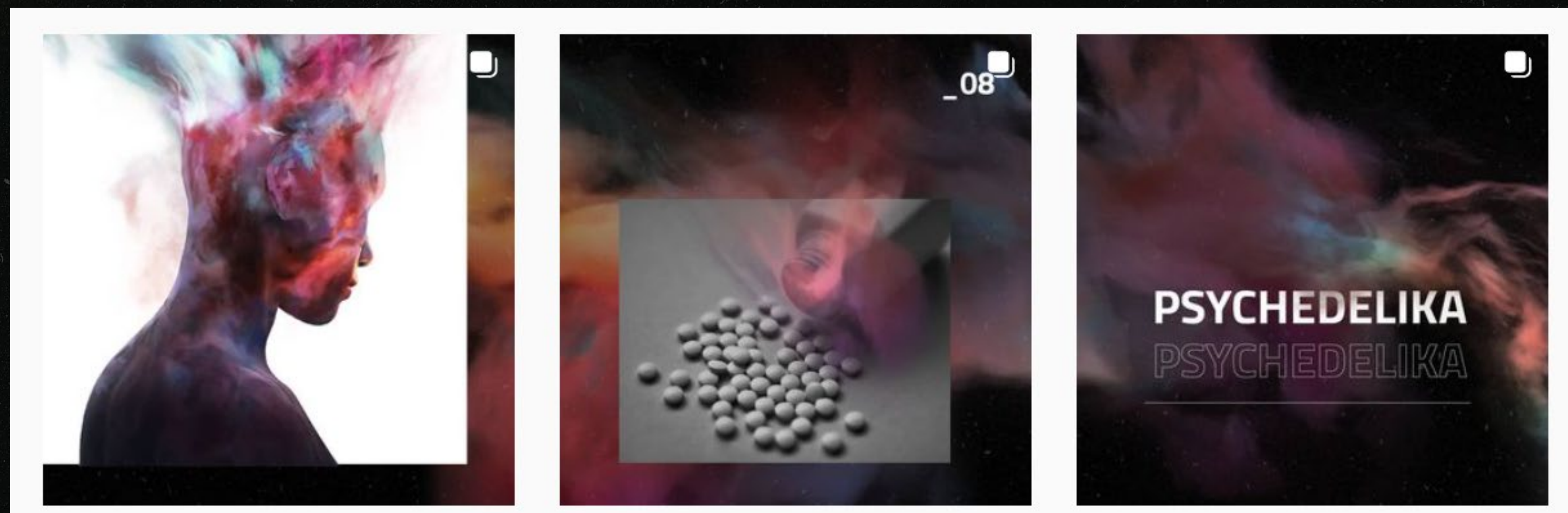




Na IG vycházely vždy 3 příspěvky týdně, které k sobě tematicky ladily a k těmto příspěvkům bylo vytvořené shrnutí na Facebook, které se přidávalo vždy v pátek.

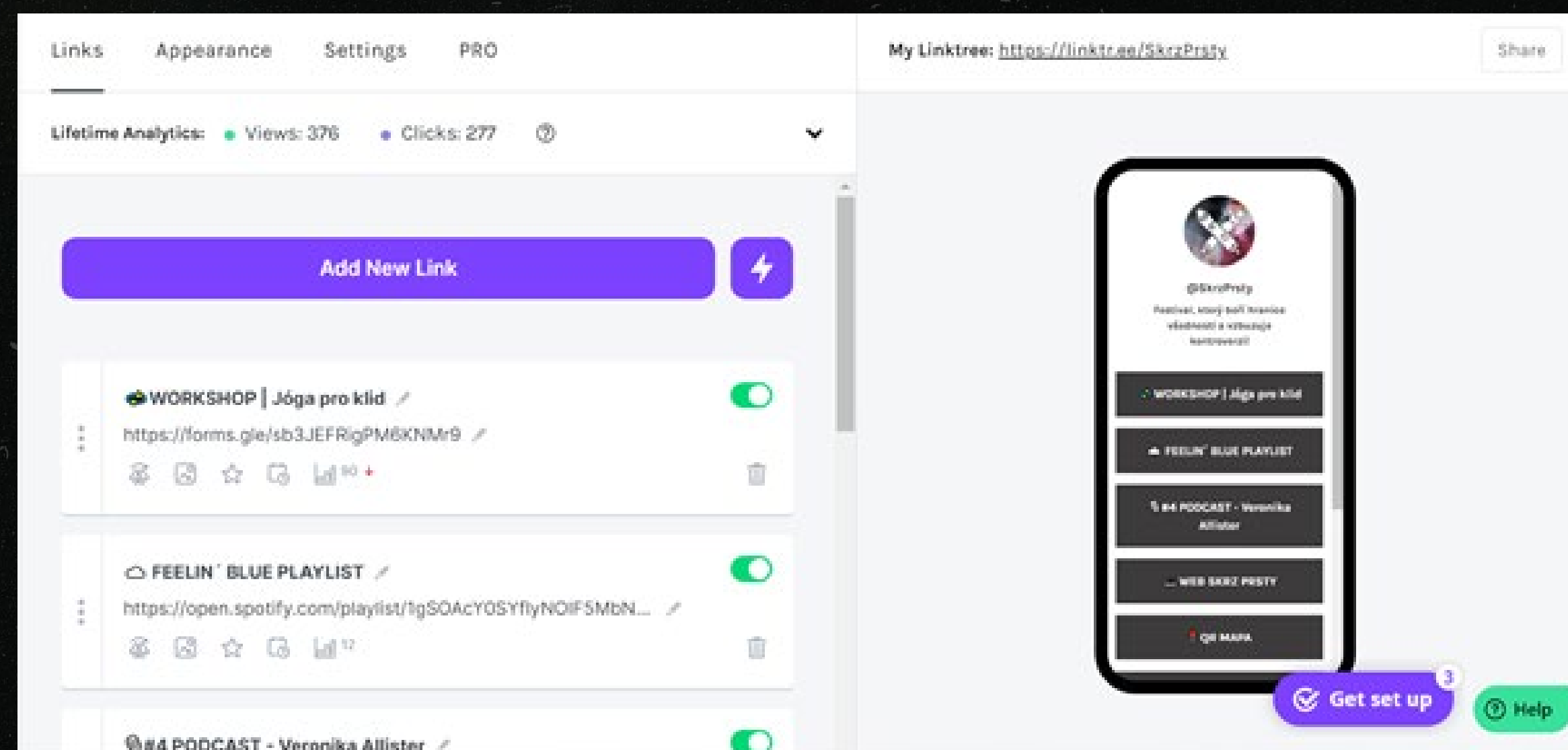


Snažili jsme se vytvářet různorodý obsah. Skrz Prsty jsou o několika pohledech na dané téma, a to jsme se snažili předávat i skrz sociální sítě. Zároveň jsme aktivně komunikovali s dalšími sekcemi a díky tomu jsme si zvládli rozplánovat, co a kdy má vyjít (např. Víme, že v pondělí vychází podcast o psychedelikách, tak příspěvky týden před se tímto tématem zabývají. Člověk díky tomu dostal základní background a pokud ho téma zaujalo, mohl si o něm zjistit ještě víc).



Link.tree

Vytvořila jsem i účet na link.tree, aby bylo všechno pohromadě, snadno dohledatelné a dostupné. Odkaz jsme vložili do bio instagramu.



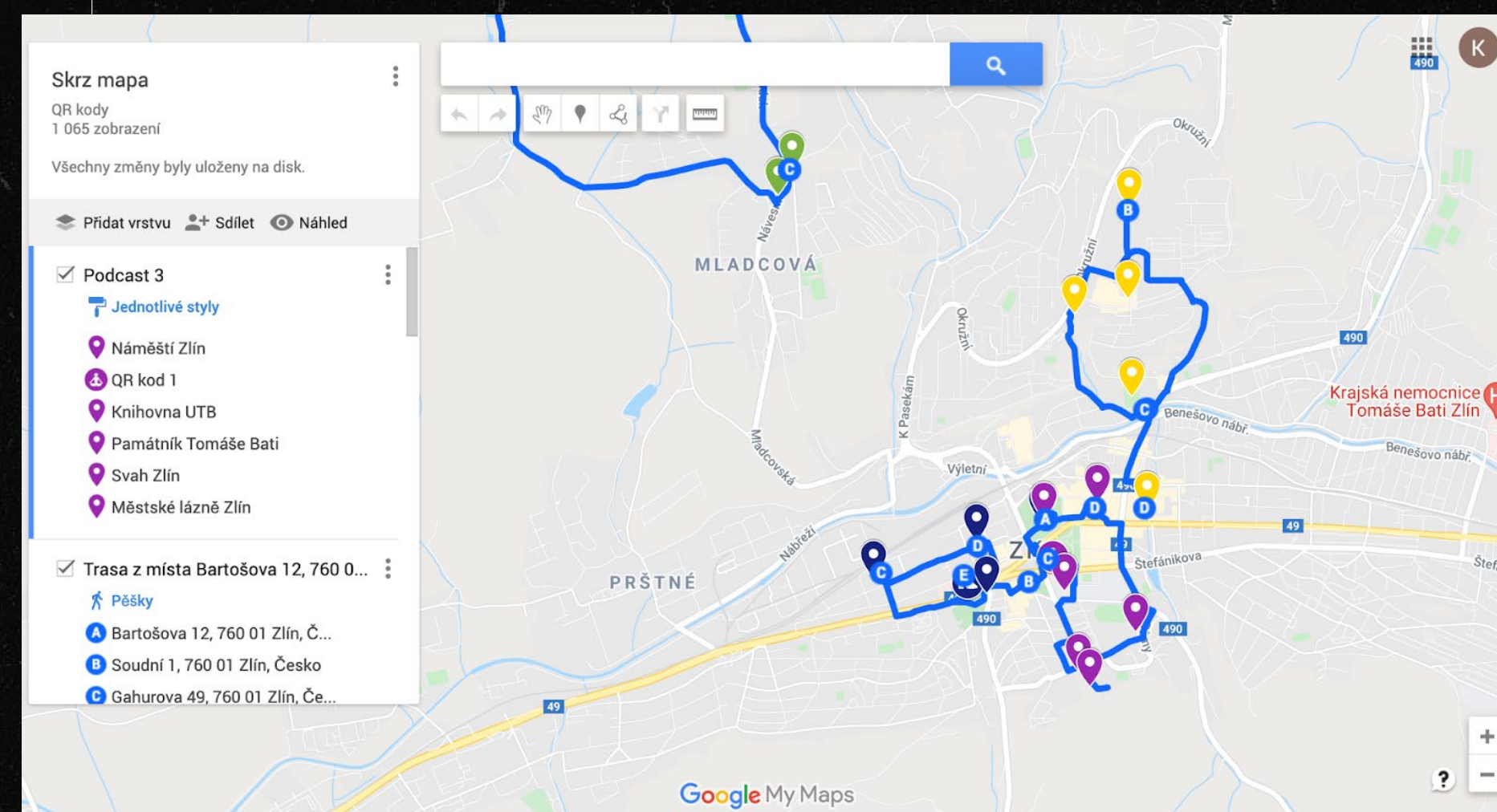
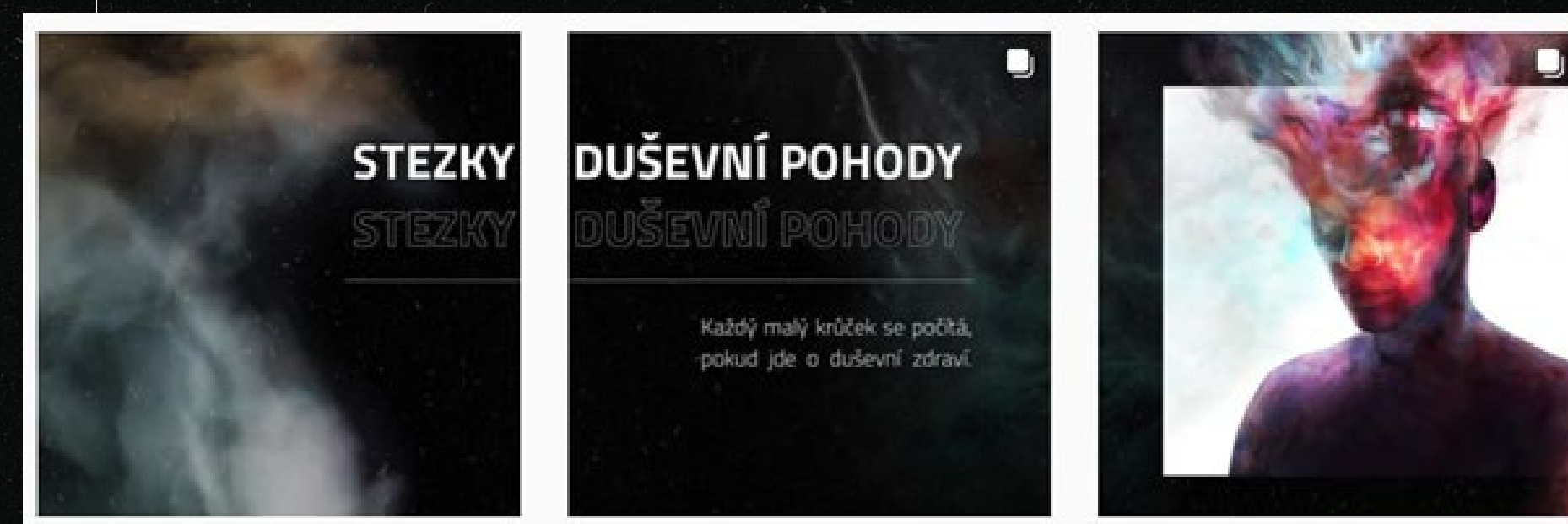
QR Stezka

V rámci toho, že byla pandemická situace a nouzový stav, tak jsme se rozhodli vytvořit i QR Stezku po Zlíně. Vytipovali jsme si podniky a oslovili je. Poté jsme vždy 3 dny před vydáním podcastu zanesli speciální QR kód do dané kavárny. Tím, jsme o sobě dali vědět i reálně ve Zlíně, podpořili jsme to aktivitou na sociálních sítích a díky tomu jsme se dostali zase k jiné cílové skupině.

Rada od Anet

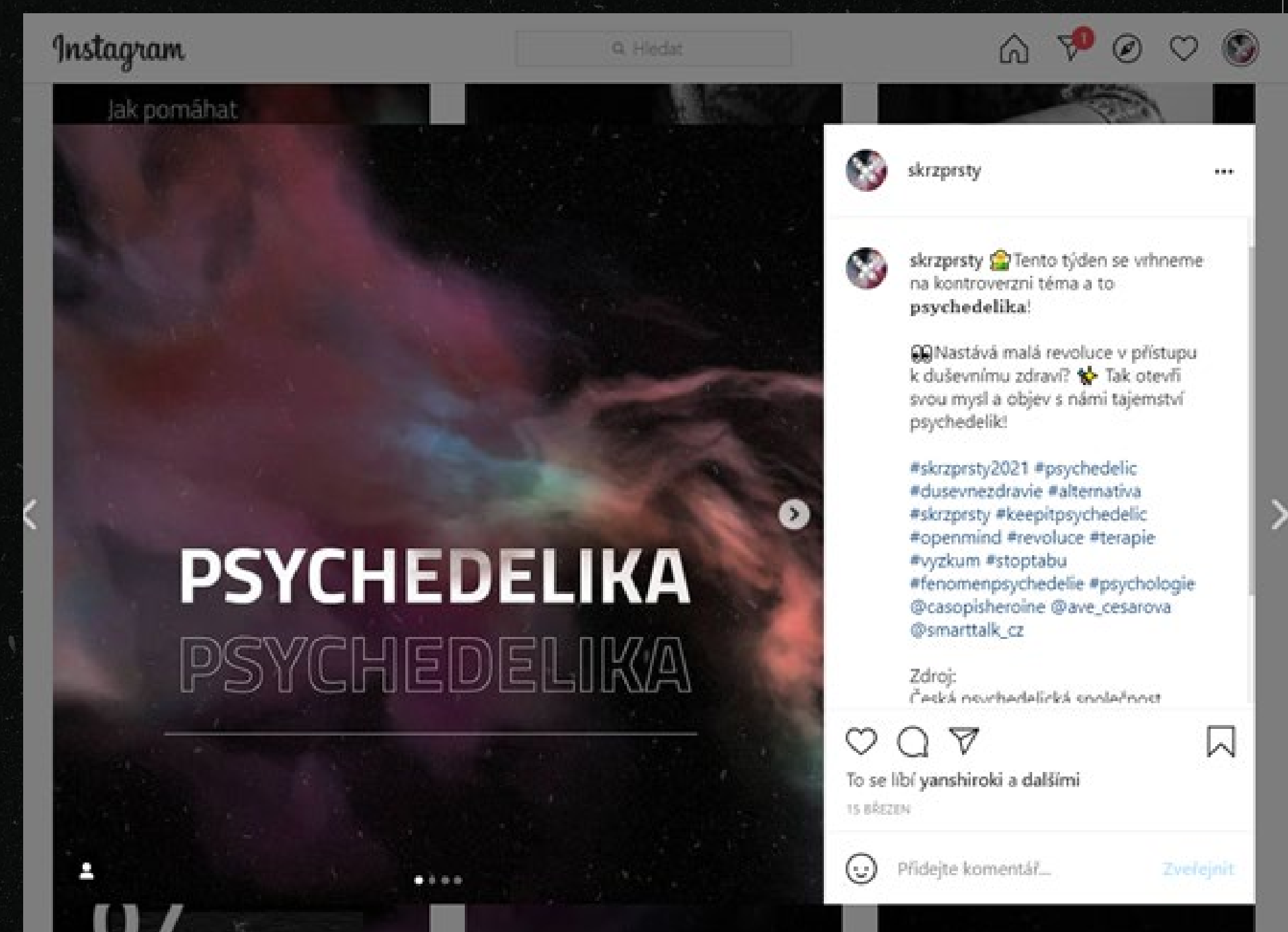
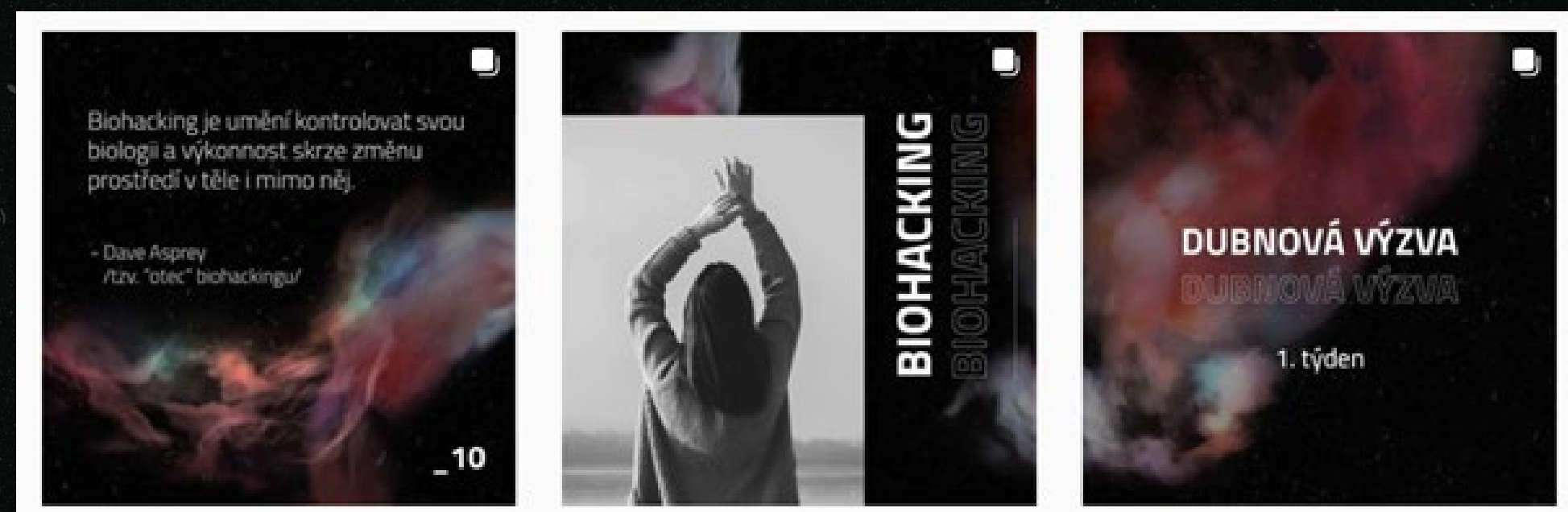
Raději vše domlouvat dříve, ano vím, že to budeš mít v plánu jako já. Ale běhat v den nalepení QR kódu po Zlíně a shánět kavárnu, která si ho jen tak vylepí na své okno, je náročnější, než se zdá (takže ověřovat domluvená místa, raději si vše nechat potvrdit).

QR stezka dle našeho společného názoru měla úspěch. Je to založené na interní komunikace s produkcí, artem, audiovizí a vámi.



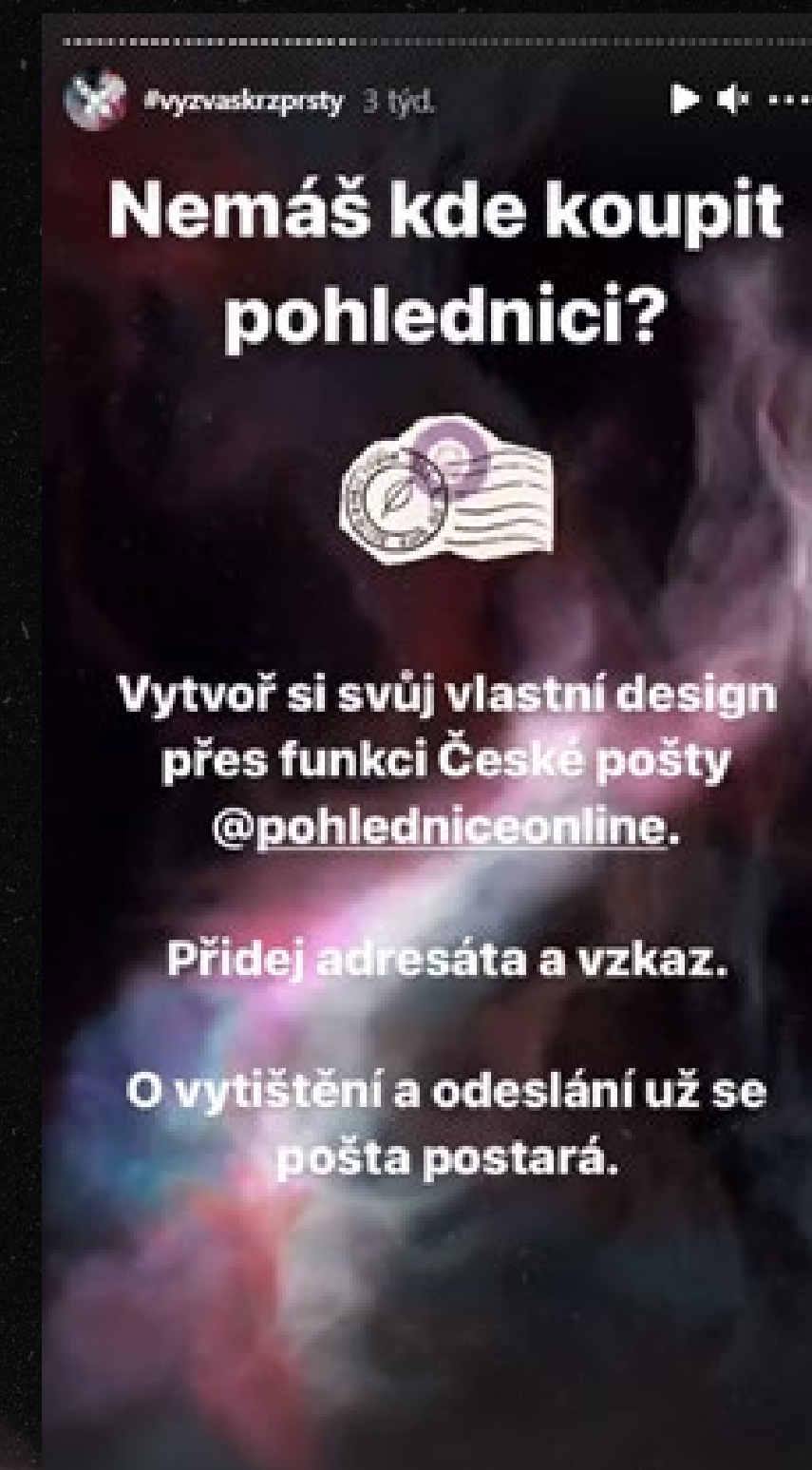
Dubnová výzva

Na měsíc duben jsme si připravili velkou instagramovou výzvu (všechno se hezky propojovalo hashtagem #vyzvaskrzprsty). Vytvořili jsme seznam 40 úkolů, které jsme rozdělili do čtyř pondělních příspěvků. Pomocí těchto úkolů, jsme chtěli ukázat, že i malými krůčky se dá zlepšit naše psychická pohoda. Ve spojení s produkcí, která měla na starost workshopy a fundraisingem, který nám sehnal odměny se nám podařilo všechno hezky rozplánovat a zvládnout.



V dubnu, bylo důležité komunikovat každý den na instagram stories a udržovat pozornost publika. Motivovali jsme je přesídlením stories od lidí, kteří výzvu plní a také odměny. Častokrát jsme si do stories připravovali úkoly k výzvě např. pokud bylo tento týden ve výzvě posláni pohlednice, přichystali jsme si zajímavý obsah o postcrossingu, pohlednicím online a další.

Tady je dobré říct, že jsme si pevněji rozdělili úkoly a role, jelikož bylo obsahu opravdu hodně a bylo potřeby, aby každý věděl, co a kdy má přesně udělat.



Skrzprsty X Refresher.cz spolupraca



filip.cupka@refresher.cz <filip.cupka@refresher.cz>

26.04.2021 12:46



Komu: Aneta Pospíšilová

Dobrý deň,

moje meno je Filip a som členom tímu Refresher - online magazínu, ktorý je pozícionovaný ako Hlas modernej generácie v Českej a Slovenskej republike. Nakoľko momentálne zastrešujem mediálne spolupráce v Českej republike, chcel by som sa touto cestou na Vás obrátiť ohľadne otázky, či by bolo prosím možné prepojiť ma na osobu, ktorá u vás zastrešuje marketingové aktivity?

Rád by som sa dozvedel viac o súčasnej situácii na Vašej strane, pokiaľ ide o komunikačné aktivity a prípadne aj plánované marketingové kampane, ktoré by mohli byť vhodné pre spoločnú cieľovú skupinu.

Máme početné skúsenosti s efektívnym oslovením našej komunity, čo vychádza aj z pozície, akú máme na Slovensku. Vnímame, že naša komunita dopytuje témy a spolupráce so značkami, ako je tá vaša a preto vidím obrovský potenciál na zaujímavé a kreatívne výstupy.

Pre lepšiu predstavu o našej komunite, ako aj o formátoch, ktoré spracovávame, zasielam odkaz na našu podstránku. Nájdete tam možnosti spolupráce, ktoré máme v portfóliu. Samozrejme, ak budete mať záujem, vieme Vám ušiť kampaň na mieru podľa vašich predstáv.

[Refresher reklama](#)

Vopred ďakujem za vašu odpoveď, a prajem pekný zvyšok dňa.

S pozdravom,

Filip Čupka
Sales Representative

+420 725 712 689
filip.cupka@refresher.cz

REFRESHER X SKRZ PRSTY

Na konci dubna nás oslovil Refresher, že si nás vyhlídli a radi by s nami navázali spolupráci. Všetchno je zatím v řešení. Pokud to nevyjde, tak je to i tak úspěch, že se o nás sami dozvěděli. Pokud ano, tak o tom ještě hodně uslyšíš.

Rozpočet

V rámci letošního ročníku jsme na propagační aktivity neměli žádné finance. Což nám nevadilo, ale doporučuji do dalšího ročníku si vyhradit peníze i na online propagaci, přece jen nad tím strávíte hodně času a je škoda, aby se šířila pouze organicky.

Doporučení

Doporučení

Za prvé si najdi si do týmu lidi, se kterými si budeš rozumět a je na ně spoleh, bude se ti o to lépe plnit všechny povinnosti. **Domluv se s grafikem, jak máš zpracovávat brief a jak budete společně komunikovat, sestav deadlines pro sebe i pro něj.** Neboj se tlačit na další sekce a vyptávej se na informace. Ohledně obsahu bych ti poradila zmapovat si všechno co se týká tématu (nějaké dny v roce, festivaly, přednášky, obsah, který už vyšel...). Vytvoř si content plán, který budeš aktualizovat a upravovat. Pokud něco náhodou nevyjde, tak si prostě řekni, že jen ty a tým víte o tom, že něco mělo vyjít – nikdo jiný to nepozná a na venek by projekt měl vypadat, že šlape jako hodinky.

A kdyby cokoliv, tak se na mě obrať. Práce v sekci promo mě bavila a ráda budu předávat tipy co (ne)dělat dál :).

AUDIOVIZE

AUDIOVIZE

Členové týmu

Členové týmu

Natálie Čuková — režisérka

Vendula Kopečná — produkční audiovize

Pavla Vaňková — kameramanka

Martin Pekárik — střihač

Leona Vyhnálková — zvukařka

Jakub Opočenský — animace

Martin Špavelko — animace

Adriana Bendžálová — animace

Margarita Chalaya — prostorový design

SPOT

TÉMA

Mentální zdraví

CÍLOVKA

Mladí dospělí (18-35 let)

MOTIVY

Klinická psychiatrie, alternativní přístup, komerce, úzkost

FORMA

Postupné stupňování intenzity záběrů extrémních přístupů k léčbě duševního zdraví. Ze spotu má diváka zamrazit, donutit ho zamyslet se nad vážností tématu a přilákat ho k rozkliknutí webu festivalu. Koncept byl optimalizován pro distribuci na sociálních sítích, tudíž rychlý střih, snaha upoutat pozornost i bez audio stopy.

TECHNICKÁ SPECIFIKACE

32sec, FullHD, CZ.mp4

ROZPOČET

5 000 Kč

KOMUNIKACE SPOTU

YT, FB, Instagram

ODKAZ

<https://youtu.be/stQpuSq-tTw>



PRODUKCE

PRODUKCE

Členové týmu

Členové týmu

Jolana Švábová — oslovování řečníků, zajištění prostoru pro nahrávání a všeho kolem toho, mailing, faktury

Ludmila Vaňurová — oslovování řečníků a workshoperů, mailing, zařizování tašek

Gabriela Slezáčková — naše pomocná ruka v letním semestru

Harmonogram

Harmonogram

Listopad

Nápady na řečníky a workshopy.

Prosinec

Natáčení videospotu 1. týden v prosinci. Sestavení harmonogramu, sestavení oslovovacího dopisu, zjištění dostupnosti studia.

Leden

Domluvení studia na fakultě technologické. První vlna oslovení řečníků (podcast i workshop).

Únor

Druhá vlna oslovení řečníků. Začátek nahrávání podcastů a vydávání.

Březen

Domluvení workshopů.

Duben

Upřesnění informací, konkrétních termínů workshopů a následné uskutečnění v rámci 30denní výzvy. Ukončení nahrávání. Posílání dárků řečníkům a poděkování.

Květen

Měsíční prodej tašek, vydání posledního, bonusového díl podcastu.

System komunikace

Online celo týmové schůzky probíhaly v neděli večer - za mě osobně ne moc vhodně vybraný den vzhledem k tomu, že je víkend a ne každý se chce o víkendu věnovat projektu a škole. Později se od celotýmovek upustilo - což je škoda, protože pak jsme neměli takový přehled o tom, co se děje v jiných sekcích. Celotýmově se pak komunikovalo především na messengeru. V rámci sekce produkce jsme se na začátku semestru setkávali jednou za 2 týdny, kdy jsme se snažili shrnout si tak nějak všechno - kam se chceme ubírat, jakým způsobem (řešili jsme všechny věci které byly potřeba řešit). Později jsme se přestali setkávat takhle pravidelně, ale spíš jsme se domluvili na videohovoru když bylo potřeba něco vyřešit, popřípadě se setkal daný člověk s manažerkou sekce nebo se to vyřešilo přes messenger. Tím, že jsme v produkci byli jen 3, tak komunikace nebyla zmatená a v podstatě jsme všichni věděli co kdo zrovna řeší.

Velkou pomůckou pro celou sekci byla deadline tabulka, díky které každý věděl, co a do kdy má zařídit a pak si tam mohl odškrtnout okénko, popřípadě vložit k tomu poznámku. Deadline tabulka je věc, kterou by každá sekce měla mít a nakonec to ocení.

Veškerou jinou komunikaci, která nebyla týmová a šla k někomu, ven" (řečníci, domluva podcast studia, domluva prodeje merche.) jsme řešili přes Skrz Prst'ácký email, neztratí se to mezi záplavou emailu ohledně školy a dalších věcí. V podstatě všechno, co je důležitý je dobrý řešit mailem - je to lehké dohledatelný. Pro řečníky či jiné účastníky akce je dobré napsat nějaký shrnující mail - v kolik kde má být, jak se tam dostane, prostě vše co by daný den mohl potřebovat. A přesně si domluvit, zda potřebuje něco zajistit. Text

Podcast

V měsících únor až květen jsme každé dva týdny vydávali jeden díl podcastu SkrzPrsty. Celkem jsme natočili 5 podcastů s různými řečníky, jež nám představili vlastní pohled na téma mentálního zdraví.

Příprava

Podcasty jsme vybrali nejen díky aktuální oblíbenosti, ale také díky možnosti využít studio FT zadarmo (Shoutout FTčku a Kátě Večerkové s Dančou Holubářovou). Děkana fakulty technologické jsme tedy nejdříve kontaktovali na základě e-mailu a poté telefonicky, jelikož na email nereagoval. Byl z nápadů nadšený, a tak jsme 12. 2. 2021 mohli natočit první dva díly. Bylo potřeba zajistit moderátora, techniku, časový rozvrh, přichystat scénu, připojení na zoom, občerstvení a dalších x věcí okolo (antigenní testy, padající stěnu.). Vše se ale postupem času zlepšovalo a my si ten proces rychle "zajeli". Ze začátku byla určitě nejtěžší komunikace s řečníky a členy týmu, protože jsme se museli domluvit na jednom termínu, kdy se všichni potkáme ve studiu. Museli jsme také s předstihem zadat požadavek PRku na otázky, které následně moderátor

využíval pro rozhovor. Z toho všeho pak vznikly 2 soubory – jedno video a jedna zvuková stopa, která se předávala/posílala audiovizi na zpracování. Zároveň nám musela i ze strany řečníka přijít tyto dva soubory, abychom měli lepší a kvalitnější záznamy než pouze z webkamery, pokud se rozhovor nekonal fyzicky. I přesto, že jsme v emailu podávali stručné instrukce o technickém vybavení, tak se našli 2 řečníci, kteří stejně připraveni nebyli, ale naši skvělí zvukaři si s tím poradili.

Vydávání

Podcastu proběhlo vždy přes platformu anchor.fm kam měli střihači přístup a zbytek týmu pak doplnil ikony, popisky a nastavil datum a čas vydání. Podcasty vycházely vždy po dvou týdnech, nejdříve přes QR kód, jenž posluchači mohli nalézt na jednom z míst duševní stezky a dále pak na youtube a spotify. Opět s dalším vydáváním jsme přišli na to, jak proces zjednodušit, jak všechno přichystat včas, aby se to opravdu vydalo v to datum, jak bylo domluvené. Text

Shrnutí

Myslím, že pak to bylo hlavně o komunikaci s řečníky, moderátorem a následně audiovizí. U řečníků bylo nejtěžší domluvit čas, kdy se jim to bude hodit a my tak zároveň mohli v jeden den nahrát dva podcasty, aby to šetřilo čas nejen nám ale i FTčku. U moderátora bylo stěžejní to, že je to pražský student, takže jeho časová dostupnost byla omezená. Honza (moderátor) byl ale vždy perfektně připraven i po pár hodinách spánku, jeho mluvený projev se do podcastů hodil perfektně a jsme moc rádi, že do toho s námi šel. U audiovize jsme si měli dávat pozor ze začátku na deadliny pro vydávání, ale s chybami se člověk učí, a tak postupem byl proces o mnohem jednodušší a intuitivnější. Samotný podcast tedy vycházel na spotify a youtube. Vydali jsme pět dílů s pěti různými řečníky. Dotkli jsme se témat jako jsou duševní hygiena, psychedelika, biohacking, online terapie a meditace. Nejposlouchanější epizoda na spotify byla s Nevypust' duši, na youtube naopak epizoda s Evou Césarovou, kterou shlédlo skoro 700 lidí a získala mnoho interakcí např.:



forlanek před 1 měsícem (upraveno)

miluju ten její andělsky zhuľenej uklidňující hlásek <3 Díky za rozhovor a osvětu !! :)



5



ODPOVĚDĚT

Oslovení řečníci

Při výběru řečníků jsme vytvořili tabulku, kam měli všichni členové možnost napsat svůj návrh. Každý z hlavních manažerů nám pak na callu předložil svých 5 návrhů. My jako produkce jsme předložili také 5 nominací a následovala diskuze o výběru a finální rozhodnutí.

Tabulka s navrhovanými řečníky:

jména řečníků	téma	odkaz - socky,..	kdo napsal	kontakt	cena
Jan Menděl	meditace, terapie..	IG: honza_mendel	Lída V. - produkce	jan.mendel@email.cz	
Petr Ludwig	soc. sítě a jejich negativa	IG: petrludwig	Petr K. - PR	petrkrygel@seznam.cz	
Jan Sasínek/Chadi El-Mousse	terapie	IG: terap.io	Domca FR	info@terap.io	
Míša Eliášová	prostě Míša				
Pavel Moric	objevování nových možností/ tvořit svůj život atd.	ig:pavelmoric	Lída V.	moricpavel@gmail.com	
Marek Vích	Mindfulness a sebepoznání	ig:marekvich_com	Lída V.	events@mindfulnessclub.cz	
Janka Chudlíková	životní koučka		Lída V.		
Nela Pliešovská	deprese, úzkosti, anorex, joga, dech, práce s energ.	ig: nela.pliesovska	Lída V.		zdarma
zlehkaodusi	Mindfulness	ig:zlehkaodusi	Lída V.		
??	webináře, psychohyg., dělají toho moc, po celé ČR	https://nevyпустdusi.cz	Kristi Š.		
Marta Domoková	Mindfulness	ig: mindfulnessnakazdyden	Lída V.	info@mindfulnessnakazdyden.sk	
Lusy	influencerka na instagramu, řeší sebelásku	ig: zdrava_sebelaska	Kristi Š.		
Vladimíra Osadníková	anorexie	ig: vladimira_osadnikova	Kristi Š.		
Tereza Šlancarová	duševní zdraví, tipy	ig: terezas_diary	Kristi Š.	terezasdiary@gmail.com	
Kristýna Dolejšová	duševní zdraví, má i podcast	ig: zanormalniholky	Kristi Š.		
Vít Schlesinger	sport hacking, duševní zdraví, meditace,...	IG: @sporthacker	Vašek Ř. - Promo	vit.schlesinger@gmail.com	
Beyond psychedelics.cz	psychiatrii, psychoterapeuté, experimenty s psychedel.	IG: @beyondpsychedelics	Vašek Ř. - Promo	rita@beyondpsychedelics.cz	
Petr Bob	neurovědec, psychiatr, meditace, sebepoznání	nemá :D	Vašek Ř. - Promo	petr.bob@f1.cuni.cz	

Oslovení řečníci nakonec byli

Nevypust' duši, Eva Césarová, Veronika Allister, Ondřej Mikulášek, Brain We are (neodpověděli), Jan Vojáček (neodpověděl)

Pro Workshopy

Nela Pliešovská, Veronika Allister a Johny Allister, Libor Mattuš (neodpověděl)

PROGRAM

PROGRAM



Vzhledem k pandemii jsme veškerý program přesunuli do online prostředí.

Podcasty na youtube

- 1. díl 1. 3. 2021 — **Nevypust' duši**
- 2. díl 15. 3. 2021 — **Eva Césarová**
- 3. díl 29. 3. 2021 — **Ondřej Mikulášek**
- 4. díl 12. 4. 2021 — **Veronika Allister**
- 5. díl 10. 5. 2021 — **Šimon Grimmich**

Podcasty na spotify

- 1. QR 26. 2. 2021 — **Nevypust' duši**
- 2. QR 12. 3. 2021 — **Eva Césarová**
- 3. QR 26. 3. 2021 — **Ondřej Mikulášek**
- 4. QR 9. 4. 2021 — **Veronika Allister**
- 10. 5. bez QR — **Šimon Grimmich**

Stežka duševní pohody

V rámci stežky duševní pohody v různých podnicích byly k dispozici QR kódy, díky kterým si mohl člověk poslechnout podcast o 3 dny dříve než byl zveřejněný na youtube. Produkčně jsme se na této stežce podíleli dodáním QR kódu a zajištěním podniku EBE café.

Workshopy

15. 4. 2021 od 18:00 přes Zoom

Loving-kindness meditace s Veronikou a Johnnym Allister

28. 4. 2021 od 18:00 přes Zoom

Jóga pro klid s Nelou Pliešovskou

Dubnová výzva

Každé pondělí na instagramu Skrzprsty bylo zveřejněno 10 malých výzev, člověk si mohl vybrat 5 a víc a zaškrtnout si výzvy, které splnil. Pak to lidi sdíleli na svůj instagram, označili Skrzprsty a mohli vyhrát různé ceny. Produkčně jsme se na výzvě podíleli zajištěním dvou workshopů.

Rozpočet

Řečníci do podcastů **700,-**

Moderátor **1800,-**

Občerstvení na natáčení **1 111,-**

Plátno pro natáčení do podcastového studia **380,-**

Produkční srandy **375,-**

Odeslání dárků řečníkům **507,-**

CELKEM 4873,-

Doporučení pro další ročníky

Mít vytvořenou tabulku s úkoly (co se má udělat, kdo to má udělat, deadline, rozbalovací paletka na stav úkolu - splněno/v procesu/nesplněno apod. - aby manažer věděl, co se děje a v jaké je to fázi a nemusel se ptát).

Plánujte úkoly více dopředu - na začátku týdne zadat úkoly na celý týden, nejlépe na 14 dní (samozřejmě, že nějaké drobnosti se můžou dělat ze dne na den)

O víkendu by se nemělo pracovat (pouze ve výjimečných případech, kdy něco fakt hoří) - víkend je od toho aby si tým odpočinul, spousta lidí nechce být na sociálních sítích...a když se v sobotu večer zadávají úkoly, které by se daly zadat přes týden, tak je to zbytečné.

Berte do týmu lidi, co to dělají na full time (nedělá na více projektech zároveň, nepíše zrovna diplomku, není časově až tak moc vytižený, je spolehlivý (zjistíte třeba od ostatních tým, jak pracuje ve škole).

Rozdělte si práci - produkce je o lidech, kontaktech.každý máme kámoše, co by se mohl hodit, takže určitě informovat všechny členy a rozdělit práci, pak je toho totiž najednou hodně a zjistíš, že to úplně nejde stíhat sám.

Členové produkce by měli mít větší přehled o tom, co se děje v celém projektu, na čem zrovna pracují ostatní sekce, jaké jsou jejich výsledky atd.

Spolupracujte se sekcemi - **STRAŠNĚ DŮLEŽITÁ!** Mějte dobré vztahy, opravdu si popisujte co přesně chcete, určete data do kdy to splnit a řešte to dopředu - ne všichni máme čas den před odevzdáním to řešit, máme každý ještě svoje vlastní povinnosti (hlavně mkt ve druháku - ročníkovka).

Konzultujte všechno s hl. manažery a liniovými - hlavně když jde o důležité věci, kterým se pak projekt prezentuje.

S řečníky si detailně vysvětlujete/popisujete co přesně chcete.skoro až jak pro děti ve školce (sranda). Komunikace v onlinu s sebou nese komunikační šum, který nechcete řešit v den D. Takže všechno vypsát podrobně do bodů, rozepsat, vysvětlit tak, aby byly spokojené obě strany.

Spolupracujte s audiovizí (pokud po nich něco chcete, dávejte si deadliny, upřesněte přesně požadavky.jsou art'áci a občas je potřeba usměrnit co přesně je potřeba a že nejde pouze o umělecký záměr (není myšleno špatně).

Heslo a účty

Heslo a účty



Instagram

uživatelské jméno: @skrzprsty

heslo: PrstSkrzty21

Facebook

Tady bohužel nikdo neví, nicméně napiš Kajce Staniczkové nebo Anet Pospíšilové a přidáme tě jako správce.

Youtube

uživatelské jméno: SkrzPrsty

heslo: Tolerance

Gmail

uživatelské jméno: SkrzPrsty@gmail.com

heslo: Tolerance



Linktree

<https://linktr.ee/admin>, <https://linktr.ee/SkrzPrsty>

Uživatelské jméno: SkrzPrsty

heslo: Skrzprsty2021

Anchor

uživatelské jméno: produkce@skrzprsty.cz

heslo: SkrzPrsty2021

Spotify

uživatelské jméno: produkce@skrzprsty.cz

heslo: SkrzPrsty2021

Outlook

uživatelské jméno: skrzprsty@outlook.com

heslo: SKRZ2020prsty

Email

Každá sekce má taky svůj vlastní e-mail, kde můžeš snadno dohledat spolupráce z minulých ročníků a je to mnohem lepší nástroj k oslovování

produkce@skrzprsty.cz

pr@skrzprsty.cz

propagace@skrzprsty.cz

fundraising@skrzprsty.cz

art@skrzprsty.cz

jednotné heslo: SkrzPrsty2020

Twitter

uživatelské jméno: [@skrzprsty](https://twitter.com/skrzprsty)

heslo: Tolerance

LinkedIn

Napiš zase Kajce Staniczkové a ona tě přidá jako správce.

ZÁVĚR

ZÁVĚR

ZÁVĚR

ZÁVĚR

Jestli jsi to dočetl až sem, jsme si jistí, že se nebojíš velkých výzev a tenhle projekt povedeš s chutí a zápalem, jak si to zaslouží. Naše nejdůležitější rada je – neboj se. At' už se ti stane sebevětší fuck-up, všechno se dá vyřešit. Zároveň se neboj jít do všeho naplno, vždycky se ti to mnohonásobně vrátí a ten hřejivý pocit, kdy budeš ty sám psát tuto knihu za svůj úspěšný ročník, je prostě k nezaplacení.

A hlavně! Napříč všemi sekcemi a všemi členy týmu si naslouchejte. Sdílejte mezi sebou nápady a myšlenky a především komunikujte, protože tenhle projekt vybrousíte k dokonalosti pouze jako tým. A jak se říká "více hlav, více ví".

Setkávejte se i mimo projekt, chod'te do parku na pivo, poznávejte se a užívejte si chvíle spolu, protože přesně tyhle momenty plodí nejen ty nejlepší nápady, ale především také ta nejlepší přátelství a nejhezčí vzpomínky.

S láskou

Kajka, Shirda & celý tým Skrz Prsty 2021

