

Agentura CzechTrade

Export v době pandemie

Případová studie
2020–2022

KNOWLIMITS

Během dvouleté spolupráce se státní agenturou pro podporu exportu CzechTrade nastala neznámá situace spojená s pandemií COVID-19, kvůli které jsme museli nově definovat celý mediální obraz společnosti.

Zavedli jsme nový komunikační styl subjektu, který odrážel nové podmínky pro export v lockdownu.

Podařilo se nám rozšířit cílové publikum agentury a kromě exportérů jsme úspěšně cílili také na širokou odbornou veřejnost skrze ekonomické a zpravodajské tituly a laickou veřejnost skrze sociální sítě.

Podařilo se nám také pro média vyprofilovat nové relevantní mluvčí a experty z agentury na různé oblasti zájmu.



relevantních mediálních výstupů



Výstupů z tiskových zpráv



Výstupy s pozitivním nebo neutrálním vyzněním



Výstupy s citací mluvčích CzechTrade



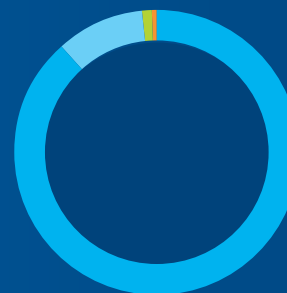
V prioritních médiích



Výstupy s CzechTrade v titulku

Výstupy podle mediatypu

- Online: **4 417**
- Tisk: **463**
- TV: **25**
- Rozhlas: **4**



5

nových formátů komunikace

Exportní komentáře

Videoprohlášení

Živá vysílání

Exportní diskuze

Newsroom



exportních komentářů

- Příprava exportních komentářů k exportu, exportním výsledkům, ekonomickým a aktuálním tématům
- Reakce na aktuální výsledky exportních statistik
- Exportní komentáře vznikly jako prostředek pro přiblížení odborných témat široké veřejnosti
- Další motivací pro jejich vznik byla síť zahraničních kanceláří CzechTrade, která dokázala rychle reagovat na zahraniční dění a přinášet tak objektivní informace pro česká média

EXPORT



EXPORT

[Click here for more information](#)

exportní diskuze



- Setkání pro exportéry, kteří měli možnost diskutovat se zástupci CzechTrade a úspěšnými podnikateli
- Tímto novým formátem jsme přinesli benefit jak pro širokou odbornou veřejnost, tak pro samotné exportéry
- Při exportních diskuzích jsme vyzkoušeli dva různé formáty
 - ▶ Diskuze mezi experty CzechTrade, odborné veřejnosti a exportéry
 - ▶ Diskuze mezi experty CzechTrade spolu se zástupci Ministerstva průmyslu a obchodu
- Obě diskuze jsme vysílali živě online

živých vysílání a videoprohlášení

- 7 živých vysílání na sociální sítě
- 17 videoprohlášení na kameru

- Pro vznik těchto formátů jsme sestavili interní štáb, díky kterému obratem vznikala samotná videa včetně postprodukce
- Živá vysílání a videoprohlášení vznikala jako materiál pro sociální sítě, kde jsme jejich prostřednictvím mohli prezentovat odborná témata zjednodušeným způsobem a přiblížit je i široké veřejnosti



Newsroom

- Metodou newsroom jsme skrze společné téma propojili online i offline komunikační kanály společnosti, čímž jsme zvýšili efektivitu komunikace
- Efektivní zásah jednoho sdělení pro širokou veřejnost přes různé komunikační kanály
- Tato metoda měla nejlepší dopad při organizaci tiskových konferencí

Vznik tiskové zprávy

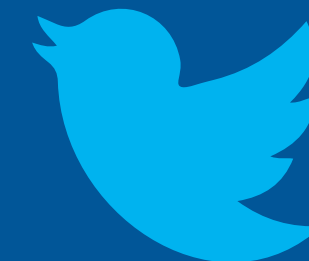
- ▶ publikace skrze klasická média
- ▶ publikace článků na sociálních sítí

- ## Vznik videoprohlášení mluvčích
- CzechTrade se shrnutím důležitých informací z tiskové zprávy
- ▶ publikace na sociálních sítí

Sociální sítě

- Podařilo se nám posunout CzechTrade profil na Facebooku a na LinkedInu na první příčky ve srovnání s přímou „konkurencí“ agentury
- Na sociálních sítích jsme mimo jiná témata také posilovali expertní pozici agentury zpracováním odbornějších témat pro širokou veřejnost, což nejvíce pomohlo rozvoji na LinkedInu
- U followers velmi dobře fungovala živá vysílání z expertních diskuzí a krátká videoprohlášení





- **Facebook**
 - ▶ **485** postů
 - ▶ **4 976 001** zobrazení
 - ▶ Nárůst fanoušků **1 086**
- **Twitter**
 - ▶ **375** postů
 - ▶ **729 100** zobrazení
 - ▶ Nárůst fanoušků **847**
- **LinkedIn**
 - ▶ **530** postů
 - ▶ **1 328 763** zobrazení
 - ▶ Nárůst fanoušků **4 820**
- **13** tematických kampaní napříč profily



Progresivní komunikace CzechTrade

Dokázali jsme, že i státní agentura může využívat pokrokových komunikačních metod a efektivně tak předávat zásadní informace široké veřejnosti

Profilovali jsme CzechTrade jako experta v oboru, který je schopný okamžitě reagovat na aktuální dění a poskytovat novinářům včasné a relevantní informace

Úspěšně jsme propojili digitální a tradiční média, díky tomu jsme pokryli stěžejní komunikační kanály a dokázali jsme zasáhnout klíčové cílové skupiny





KNOWLIMITS

KNOWCOMM

Komunardů 20, Praha 7

+420 774 547 902

koutek@know.cz

www.know.cz