



MASOBRANÍ

JAK AKCI PŘIPRAVIT

Tento dokument poskytuje základní informace o plánované akci Českého svazu zpracovatelů masa – Masobraní, která se bude konat třetí pátek v květnu (18.5.). Jelikož se jedná o první ročník, rozhodli jsme se sepsat dohromady kromě několika nápadů a rad, jak by v různých městech mohly události vypadat, i návod, jak přistupovat k propagaci akcí na sociálních sítích. On-line promo bude probíhat v osobní spolupráci s komunikační agenturou.



Karel Pilčík

Předseda Českého svazu zpracovatelů masa

ÚVODNÍ SLOVO

Mezi hlavní poslání našeho svazu patří ochrana zájmů svých členů a výchova odborných pracovníků pro obor zpracování masa, zejména učňů a studentů, to vše mimo jiné zajišťováním publikačních a propagačních činností ve prospěch celého oboru zpracování masa.

Přestože mediální obraz oboru zpracování masa a jeho produkce není dlouhodobě z mnoha různých důvodů ideální...

(Úvodní slovo pokračuje na další stránce)



ÚVODNÍ SLOVO – POKRAČOVÁNÍ

Přestože mediální obraz oboru zpracování masa a jeho produkce není dlouhodobě z mnoha různých důvodů ideální, spotřeba masa a masných výrobků v ČR zatím znatelně neklesá. V západoevropských státech ovšem vidíme zřetelné klesající trendy, často však z vyšší základny ve srovnání s ČR. Příčin je celá řada, mezi hlavní ale jistě patří zdravotní a environmentální aspekty, životní styly jako je např. veganství nebo ochrana zvířat, náboženské vlivy, nepříznivý demografický vývoj populace a v neposlední řadě též různé potravinové kauzy.

Můžeme přitom předpokládat, že některé z výše uvedených faktorů budou spotřebu masa a masných výrobků dostávat pod tlak v blízké budoucnosti i u nás. Množství často nepodložených informací a mýtů o našich produktech je v negativních souvislostech medializováno již řadu let a ČSZM doposud většinou reagoval na dílčí, již zveřejněná témata krátkými vyjádřeními stanovisek pro zájemce z mediální sféry. Kromě toho pravidelně publikujeme svazová stanoviska v odborných tiskovinách, ovšem jen s malým přesahem do informovanosti širokého okruhu spotřebitelů. Nyní je zřejmé, že svaz bude muset do spotřebitelské osvěty vstoupit aktivně s cílem postupného zlepšování mediálního obrazu oboru zpracování masa a jeho produkce, ale také s cílem přitáhnout k našemu oboru zájem mladé generace.

Obor zpracování masa v ČR totiž zároveň dlouhodobě trpí zásadním nedostatkem odborně vzdělaných pracovníků. Učební obor Řezník-uzenář je přitom nabízen dostatečným počtem učilišť, ale zájem žáků posledních ročníků základních škol o tento obor je minimální. Příčin je opět celá řada, jako například neochota rodičů pouštět své děti do studia učebních oborů v kombinaci s velmi snadnou průchodností různých studijních oborů s maturitou, nepříznivý demografický vývoj a v neposlední řadě též neatraktivní image oboru - těžká práce v neatraktivním prostředí za málo peněz.



ÚVODNÍ SLOVO – POKRAČOVÁNÍ

Svaz se proto rozhodl spustit v letošním roce plošnou kontinuální edukační kampaň zejména prostřednictvím sociálních sítí a lifestyleových médií. Ve spolupráci s výrobci uzenin v různých regionech ČR také chceme podpořit vznik konání mnoha různých akcí pod jednotným názvem MASOBRANÍ, které by se konaly vždy každý třetí pátek v květnu a zpracovatelé masa a výrobci masných výrobků by zde na regionální úrovni prezentovali své produkty, a to včetně ochutnávek, soutěží, doprovodného programu apod. Souběžně s tím se budeme pomocí cílené propagační kampaně snažit aktivně oslovovat žáky posledních ročníků základních škol, jejich rodiče, ředitele a výchovné poradce základních škol a popisovat nabídku oboru zpracování masa jako směru pro jisté a lukrativní pracovní uplatnění. V této oblasti budeme intenzivně spolupracovat s odbornými školami.

Jak to ale v životě bývá, nic není zadarmo a tyto plánované propagační činnosti nás budou stát hodně úsilí a prostředků. Věřím, že budou prospěšné pro celý obor, srovnatelně pro velké, střední i malé firmy, a už vůbec ne pouze pro členy svazu. A proto se obracím s výzvou zejména na kolegy, kteří nejsou členy svazu, aby se k nám přidali a pomohli nám realizovat tyto ambiciózní cíle.

Karel Pilčík

Předseda Českého svazu zpracovatelů masa



MASOBRANÍ – CO TO JE?

MASOBRANÍ

Masobraní je akce organizována Vámi, ve Vaší lokalitě a pod jednotnou hlavičkou Masobraní. Touto cestou můžeme společnými silami dosáhnout toho, aby byl každoročně vždy třetí pátek v květnu považován celorepublikově za den, kdy stojí za to vyrazit do ulic a při ochutnávce se dozvědět více o místních řeznictvích a dalších podnicích zabývajících se zpracováním masa.

APEL

Vůbec nezáleží na velikosti Vašeho podnikání, je žádoucí, aby se této aktivitě mohl zúčastnit kdokoliv. Jménem ČSZM Vás prosíme:

1. Uspořádejte třetí pátek v květnu akci buď ve svém podniku nebo ve svém okolí
2. Dejte o tom vědět lidem (ať už slovně; reklamou, kterou jste zvyklí využívat; nebo využijte možnost, o kterých píšeme dále v tomto návodu)
3. Neomezujte se. Informace v tomto návodu mají sloužit jako pomoc a doporučení, ale Vaši fantazii se meze nekladou.

JAKÉ MŮŽE BÝT MASOBRANÍ?

Kromě degustace se na akci může objevit i...

- Edukační stánek
- Prohlídka výrobních prostor
- Akce pro vlastní zaměstnance
- Příležitost říct svému okolí o své činnosti
- Možnost přizvat další členy do ČSZM
- Akce, o kterou by se měli zajímat všichni lidé z oboru
- Pozvání celebrity/influencera
- Uspořádání koncertu



LOGOMANUÁL

JAK BY MĚLA VYPADAT GRAFIKA?

Jako přílohu k tomuto návodu přikládáme i jednoduchý logomanuál, který obsahuje všechny informace o tom:

- jak používat logo Masobraní
- jaké jsou doporučené barvy
- jaké se k němu hodí fonty

A to včetně praktických ukázek!



FACEBOOK – MANUÁL PRO SPRÁVU UDÁLOSTÍ

ČINNOST SPRÁVCE STRÁNKY MASOBRANÍ V RÁMCI SPRÁVY UDÁLOSTÍ

1. Vytvoření facebookové události
2. Vytvoření úvodní fotografie události
3. Vytvoření základního informačního textu popisujícího danou událost
4. Vytvoření základních úvodních příspěvků pro událost
5. Pozvání spoluorganizátorů
6. Propagace události formou placeného dosahu
7. Propagace události formou sdílení a zvaní uživatelů Facebooku
8. Úprava detailů, novinek a změn v informační hlavičce události

ČINNOST ČLENŮ ČSZM ZAJINTERESOVANÝCH DO UDÁLOSTI

1. Zvaní přátel / fanoušků stránek jednotlivých členů ČSZM na událost
2. Vytváření a publikování příspěvků na stránce události
3. Sdílení události fyzickými osobami / FB stránkami členů ČSZM
4. Úprava detailů, novinek a změn v informační hlavičce události



FACEBOOK – ČINNOST SPRÁVCE STRÁNKY

1. Vytvoření facebookové události

Vytvoření veřejné facebookové události. Vyplnění názvu události, místa konání a času události.

Z nabídky zvolíme také kategorii události a přidáme klíčová slova, která událost charakterizují. Na základě zvolených slov se bude událost zobrazovat uživatelům Facebooku se zájmy v dané oblasti, nebo dle geografických údajů souvisejících s místem konání.

Do informační hlavičky lze přidat i odkaz na web pro prodej vstupenek na danou událost.

2. Vytvoření úvodní fotografie události

Zajímavá a vystihující úvodní fotografie je velmi důležitá pro to, aby událost nezanikla mezi množstvím jiných událostí na Facebooku. Vytvoříme působivou grafickou šablonu, ve které se bude moci měnit text obsahující místo a čas konání. Jednotná úvodní fotografie bude jednotlivé události vizuálně spojovat, uživatelé ji budou postupem času poznávat a budou při prvním kontaktu s událostí vědět, s čím si ji mají spojit a co od ní mohou očekávat.

Zajímavou myšlenkou je použití textu s místem a časem konání v dialektu oblasti, ve které se bude daná událost konat. Tento prvek by na cílovou skupinu působil osvěžujícím, hravým dojmem. Velkou výhodou tohoto prvku je snazší a efektivnější oslovení uživatelů v rámci dané oblasti. Událost bude působit osobnějším dojmem a vyvolávat pocit, že jsou pro pořadatele zvyky, tradice a nářečí dané oblasti zkrátka důležité.



FACEBOOK – ČINNOST SPRÁVCE STRÁNKY

3. Vytvoření základního informačního textu popisujícího danou událost

Vedle úvodní fotografie a údajů o místě a čase konání je informační popis události nejdůležitějším prvkem pro zaujetí potenciálních návštěvníků. Text by neměl být moc dlouhý a komplikovaný. Měl by jasně, věcně a čtivě popisovat záměr události, její program a klást důraz na největší zajímavosti dané akce.

4. Vytvoření základních úvodních příspěvků pro událost

Událost vytvořená na Facebooku by sama o sobě již v době svého spuštění měla disponovat zajímavým obsahem. Uživatel si projde úvodní informace a v případě vyvolání zájmu vyžaduje další informace, na základě kterých se může rozhodnout, zda akci navštíví či ne.

V prvních dnech po zveřejnění události bychom publikovali několik úvodních příspěvků, ve kterých se uživatelé dozví další informace. I s kvalitní úvodní fotografií a zajímavým textem může událost bez dalšího obsahu působit prázdným a nezajímavým dojmem.

Na působivou úvodní grafiku naváže i šablona pro jednotlivé příspěvky, určená pro prezentaci obsahu, který bude na událost publikovat nejprve správce a poté i jednotliví členové ČSZM, kteří se dané události aktivně zúčastní. Jednoduše řečeno se bude jednat o čtvercový grafický rámeček, do kterého budou moci všichni příspěvatelé vložit fotografie toho, co budou chtít na události propagovat. Ve výsledku se bude jednat o to, aby příspěvky od řady členů a spoluorganizátorů měly jednotný grafický styl a každá událost působila maximálně profesionálně.



FACEBOOK – ČINNOST SPRÁVCE STRÁNKY

5. Pozvání spoluorganizátorů

V této fázi událost disponuje úvodní grafikou, popiskem i prvními příspěvky. Je tak připravena pro pozvání spoluorganizátorů, kteří se postarají o publikování a sdílení zajímavého / odborného obsahu přímo na události. Spolupořadatelé mohou zvát na událost své facebookové přátele či fanoušky jejich vlastní stránky. V případě nutnosti / potřeby mohou upravit i základní informace v popisku v hlavičce události, nebo přidat nové informace.

6. Propagace události formou placeného dosahu

Fáze propagace události v rámci předem určeného rozpočtu nastává ve chvíli, kdy jsou splněny všechny předešlé kroky. Daný rozpočet se dle domluvy aplikuje na určitý časový interval. Placený dosah zacílíme na konkrétní oblast, ve které se bude událost konat (na základě požadavků klienta určíme přesný rozsah). Přesnější cílení na uživatele můžeme nastavit pomocí zájmů, sledovaných facebookových stránek a dalších preferencí. Oslovíme tak konkrétní skupiny uživatelů, u kterých je vyšší pravděpodobnost na návštěvu události.



FACEBOOK – ČINNOST SPRÁVCE STRÁNKY

7. Propagace události formou sdílení a zvaní uživatelů Facebooku

Každý ze spoluorganizátorů události může na událost pozvat hosty. Ti se mohou skládat z přátel na jeho osobním profilu, či z fanoušků stránek jednotlivých společností, které budou na akci MASOBRANÍ figurovat. Tato technika může zajistit vysoký organický dosah (neplacený) a závisí čistě na tom, do jaké míry budou organizátoři ve zvaní fanoušků aktivní.

Další skvělou možností je sdílení události. Jednotliví členové ČSZM mohou sdílet událost na svém osobním profilu nebo firemní stránce. I zde se jedná o nástroj, který zvýší dosah mezi uživatele organicky (bez finančních prostředků).

8. Úprava detailů, novinek a změn v informační hlavičce události

Tuto možnost budou mít všichni spoluorganizátoři, kteří budou mít přístup ke správce konkrétní události (viz krok číslo 5 – zvaní spoluorganizátorů). Právě proto je v seznamu činností obou subjektů (agentury i jednotlivých členů pořádajících MASOBRANÍ). Zde bude záležet na domluvě a aktuálnosti informací uvedených v hlavičce události. V případě akutnosti mohou tyto informace vyměnit členové ČSZM s tím, že úpravy zkontroluje a případně stylisticky upraví samotný správce události (pracovník agentury).



FACEBOOK – ČINNOST ČLENŮ ČSZM

1. Zvaní přátel / fanoušků stránek jednotlivých členů ČSZM na událost

Viz krok 7 v soupisu činností správce.

Každý ze spoluorganizátorů události může na událost pozvat hosty. Ti se mohou skládat z přátel na jeho osobním profilu, či z fanoušků stránek jednotlivých společností, které budou na akci MASOBRANÍ figurovat. Tato technika může zajistit vysoký organický dosah (neplacený) a závisí čistě na tom, do jaké míry budou organizátoři ve zvaní fanoušků aktivní.

Jak lidi pozvat na veřejnou událost, která je už vytvořená:

1. Přejděte k události.
2. Vpravo nahoře nebo pod úvodní fotkou klikněte na Sdílet.
3. Klikněte na Pozvat přátele.
4. Vyhledejte a vyberte přátele, které chcete pozvat, a pak klikněte na Poslat pozvánky.

Události s dlouhými seznamy pozvaných jsou často nahlašovány jako spam. Proto Facebook omezuje počet lidí, které může jeden člověk pozvat, na 500 pozvaných.

Pokud je posílána spousta pozvánek, na které nikdo neodpovídá, Facebook na krátkou dobu omezení počtu pozvánek ještě zvýší.



FACEBOOK – ČINNOST ČLENŮ ČSZM

2. Vytváření a publikování příspěvků na stránce události

Pro oslovení co největšího počtu potenciálních návštěvníků a nepřetržitou aktuálnost dané události je stěžejní kvalitní, zajímavý a pravidelný obsah.

Jak samotný správce stránky, tak pozvaní spoluorganizátoři mohou na stránku události publikovat několik formátů příspěvků. Nejčastějšími formáty jsou grafiky / fotografie se psaným textem příspěvku nad nimi, krátká videa (v délce maximálně několika minut, jelikož krátká videa jsou svižná a zaujmou více uživatelů) nebo obyčejné textové příspěvky.

Právě pro obrazové příspěvky bude určena zmíněná šablona, do které se vždy daná grafika či fotografie vloží.

Vedle zvaní přátel / fanoušků vlastních stránek a sdílení událostí je právě tato část tou nejdůležitější. Jednotliví členové ČSZM, kteří se budou na události reálně podílet, zde mohou publikovat informace o své společnosti, o tom, co si pro danou událost přichystali, komunikovat různé slevy a akce, které budou v rámci jejich účasti na události / v jejich stánku platit. Mohou zde také publikovat fotografie z příprav, nebo se podělit o různé kulinářské / zpracovatelské rady, tipy a triky.

Tematičnost příspěvků, které zde mohou jednotliví členové vkládat, je vskutku obrovská. Obecně však platí, že obsah by měl být vždy zajímavý, lákavý, informačně nabitý a s událostí související.



FACEBOOK – ČINNOST ČLENŮ ČSZM

Pokud to není vyloženě nutné, obecně je vhodnější i praktičtější zdržet se psaní dlouhých textů, u kterých je velká pravděpodobnost, že je uživatelé nedočkou do konce (pokud nejsou nabity opravdu zajímavými informacemi). Textové příspěvky bez fotografie budou vzhledem k množství členů a různé úrovni zkušeností se grafikou / sociálními sítěmi samozřejmostí. Proto je důležité, aby byly stručné a nesly přínosné informace.

Co se obrazového materiálu týče, nemusí se jednat vyloženě o profesionální fotografie, ale samozřejmě zde platí, že čím hezčí, tím lepší. Důležitý je však především jejich obsah. O jednotnou stylizaci se postará právě zmiňovaná šablona.

Jak v události zveřejnit fotky nebo videa:

1. Přejděte do diskuze v události a klikněte na Přidat fotku/video.
2. Kliknutím na vyberte fotky nebo videa, která chcete přidat.
3. Klikněte na tlačítko Přidat příspěvek. Pokud chcete zveřejnit víc fotek nebo videí, přejděte na událost a klikněte na Přidat fotku/video.

Poznámka: Pokud jde o veřejnou událost, může si fotky a videa prohlédnout kdokoli, kdo danou událost zobrazí. Fotky nebo videa přidaná k soukromým událostem uvidí jenom ostatní pozvaní uživatelé. Pořadatelé mohou ze svých událostí fotky a videa odstraňovat.



FACEBOOK – ČINNOST ČLENŮ ČSZM

3. Sdílení události fyzickými osobami / FB stránkami členů ČSZM

Viz krok 7 v soupisu činností správce.

Další skvělou možností je sdílení události. Jednotliví členové ČSZM mohou sdílet událost na svém osobním profilu nebo firemní stránce. I zde se jedná o nástroj, který zvýší dosah mezi uživatele organicky (bez finančních prostředků).

Jak sdílet událost:

1. Přejděte na událost a pod úvodní fotkou klikněte na Sdílet.
2. Vyberte Pozvat přátele, Sdílet v Messengeru nebo Sdílet v kanálu vybraných příspěvků.

Můžete také zkopírovat a vložit adresu URL (odkaz) události do aktualizace stavu nebo zprávy.

4. Úprava detailů, novinek a změn v informační hlavičce události

Viz krok 8 v soupisu činností správce.

Tuto možnost budou mít všichni spolupořadatelé, kteří budou mít přístup ke správce konkrétní události (viz krok číslo 5 – zvaní spoluorganizátorů). Právě proto je v seznamu činností obou subjektů (agentury i jednotlivých členů pořádajících MASOBRANÍ). Zde bude záležet na domluvě a aktuálnosti informací uvedených v hlavičce události. V případě akutnosti mohou tyto informace vyměnit členové ČSZM s tím, že úpravy zkontroluje a případně stylisticky upraví samotný správce události (pracovník agentury).



FACEBOOK – ČINNOST ČLENŮ ČSZM

Jak změnit název události, místo a čas konání či další informace v hlavičce události:

1. Přejděte na událost a klikněte na Upravit.
2. Z nabídky si vyberte pole, které chcete upravit a přepište text.
3. Klikněte na Uložit.

Poznámka: Pokud je na událost pozváno víc než 2 500 lidí, můžete její místo konání a datum změnit maximálně třikrát. Pak už podrobnosti události měnit nebudete moct

