



Ing. Petr Král, Ph.D.

Vysoká škola ekonomická v Praze

*vedoucí Katedry mezinárodního podnikání
na Fakultě mezinárodních vztahů*

Prague University of Economics and Business, Czechia

*Head of the Department of International Business
at the Faculty of International Relations*

Marketing v dopravě a mobilitě

Ing. Petr Král, Ph.D.

Katedra mezinárodního podnikání

E-mail: petr.kral@vse.cz

Vysoká škola ekonomická v Praze



Kup si tričko a ukaž světu kdo si

podpořte svět bez marketingu nošením triček s naší značkou



Černé triko Život bez
marketingu

—
450,00 Kč



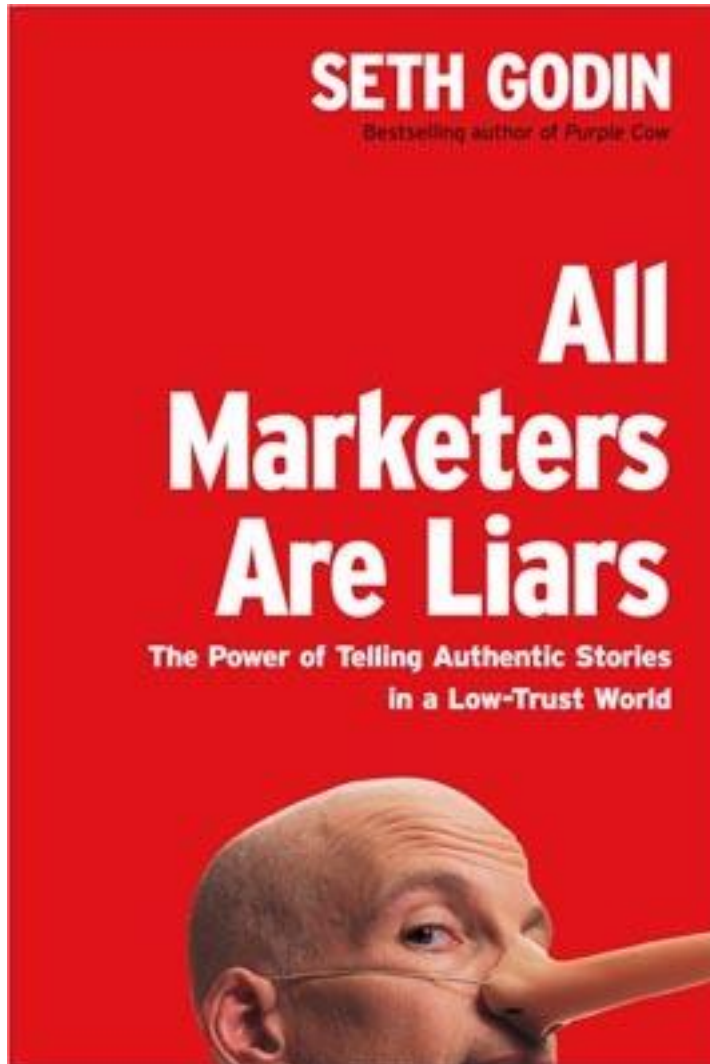
Bílé triko Život bez
marketingu

—
450,00 Kč



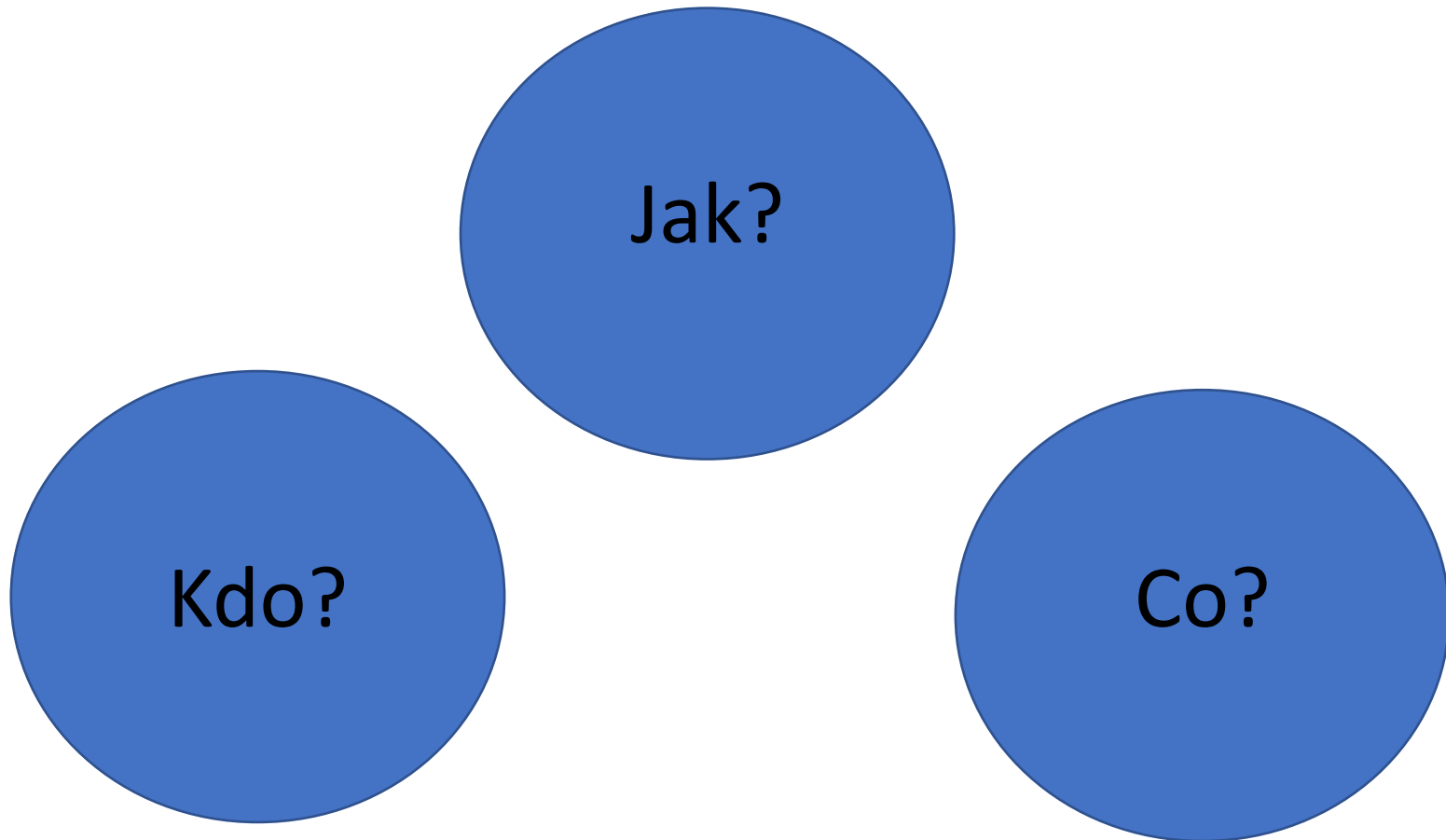
SET 1x černé + 1x bílé
triko Život bez marketingu

—
~~900,00 Kč~~ 765,00 Kč



- Základem úspěšného marketingu je vždy příběh:
 - O lidech (jako já?)
 - Zajímavý
 - Inspirativní
 - Pravdivý
- Pak už jen hledáte cesty, jak příběh vyprávět.

Hledáme odpovědi na tři otázky



Abych mohl začít komunikovat

- Musím si jasně definovat cíl komunikace- tj. čeho chci dosáhnout. Co mají lidé udělat?

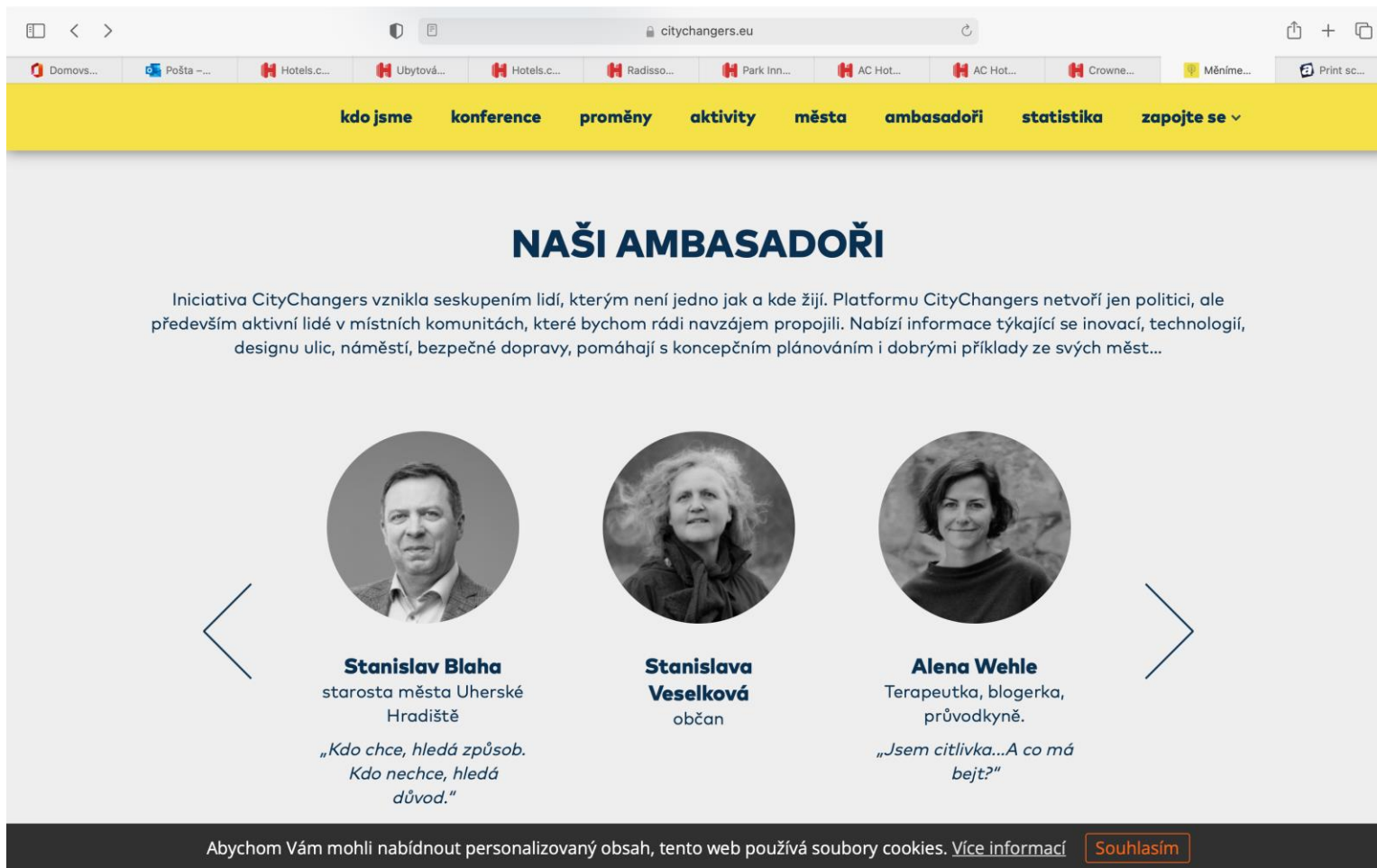


Kdo? S kým chci mluvit?

- Nemůžu mluvit se všemi najednou



Některé mohu do komunikace zapojit




citychangers.eu

Domov... Pošta... Hotels.c... Ubytvá... Hotels.c... Radisso... Park Inn... AC Hot... AC Hot... Crowne... Měníme... Print sc...


kdo jsme konference proměny aktivity města ambasadoři statistika zapojte se

NAŠI AMBASADOŘI


Iniciativa CityChangers vznikla seskupením lidí, kterým není jedno jak a kde žijí. Platformu CityChangers netvoří jen politici, ale především aktivní lidé v místních komunitách, které bychom rádi navzájem propojili. Nabízí informace týkající se inovací, technologií, designu ulic, náměstí, bezpečné dopravy, pomáhají s koncepčním plánováním i dobrými příklady ze svých měst...



Stanislav Blaha
starosta města Uherské
Hradiště
*„Kdo chce, hledá způsob.
Kdo nechce, hledá
důvod.“*



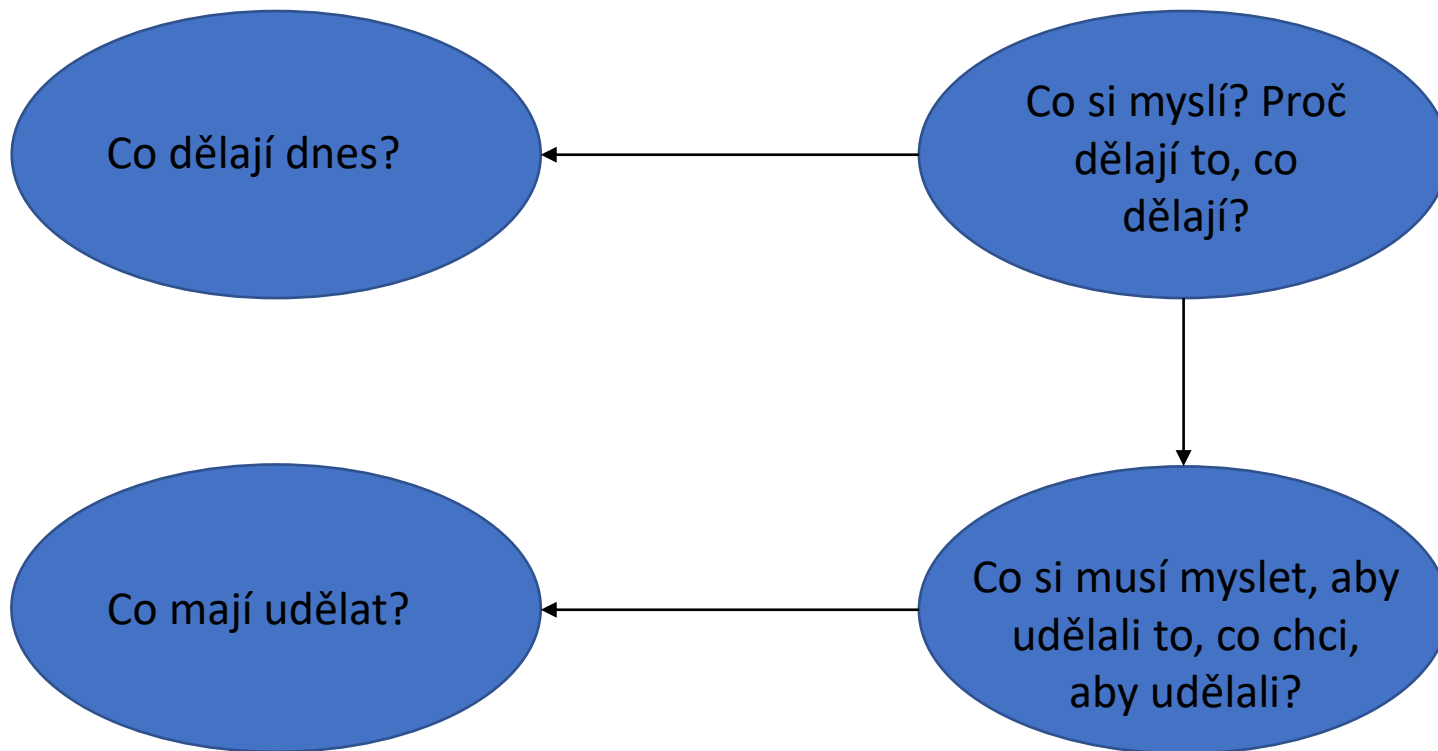
**Stanislava
Veselková**
občan



Alena Wehle
Terapeutka, blogerka,
průvodkyně.
*„Jsem citlivka...A co má
bejt?“*

Abychom Vám mohli nabídnout personalizovaný obsah, tento web používá soubory cookies. [Více informací](#)

Musím rozumět tomu, proč se chovají tak, jak se chovají



Musím přemýšlet, jaký užitek a výhody jim moje řešení přinese

Nemohu ale předpokládat,

- *že mají stejné zájmy jako my.*
- *že věci rozumí.*
- *že je věc zajímá.*
- *že věc považují také za naléhavou.*

Průměrný spotřebitel je
vystaven cca. 3.000
komerčních sdělení denně!



Musím ho tedy zaujmout



Zajímavé sdělení

Urgentní

Emoce

Ne moc
dlouhé

Týká se
mě!

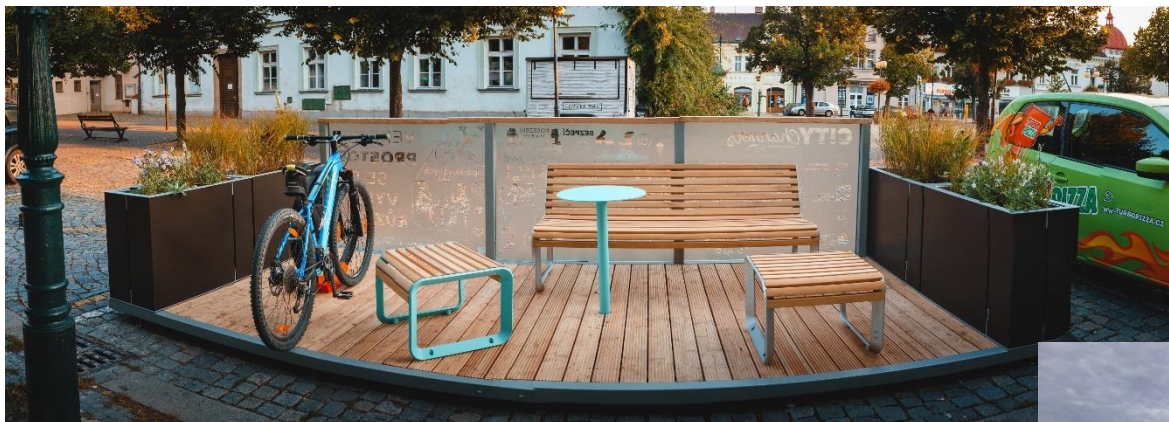
Rozumím

Co mám
udělat?

Srozumitelné?



Mluvme s lidmi! Pojdme za nimi!



Masová média?



Hele, našel jsem
super video o
udržitelné mobilitě

Fakt? Ukaž! To mě
hrozně zajímá!



Děkuji Vám za pozornost!

Petr Král
petr.kral@vse.cz

Vysoká škola ekonomická v Praze