



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

## FIREMNÍ AMBASADOŘI & OBSAHOVÝ MARKETING

PhDr. Petra Drahoňovská

### O ČEM PŘEDMĚT JE A PROČ BYSTE HO MĚLI STUDOVAT?

Proč a jak tvořit uvnitř firmy vlastní “experty influencers” v oblasti vašeho businessu? Studium tohoto předmětu získáte jasnou představu, jak podpořit potenciál práce vašeho marketingového týmu, a to zejména v oblasti obsahového marketingu skrze kvalitní nastavení systému firemních ambasadorů. Naučíte se, jak na principech win-win multiplikovat efekt aktivit vašeho marketingového týmu skrze vhodnou aktivizaci a podporu (nejen obsahového) marketingu již aktivních zaměstnanců, a nastartovat činnost těch doposud váhajících.

Na základě konkrétních dat z několika dlouhodobých globálních průzkumů zaměřených právě na firemní ambasadory a potenciál aktivismu zaměstnanců zjistíte, s jakými skupinami zaměstnanců v tomto ohledu nepracovat, s jakými naopak zásadně ano.

Zjistíte jak a kde se právě téma obsahového marketingu podpořeného firemním ambasadorstvím může optimálně propojit s oblastí prodeje, náborem kvalitnějších zaměstnanců a s interní komunikací.

Naučíte se, jakou nenáročnou (časově i finančně) podporu aktivním firemním ambasadorům můžete jednoduše dodat, aby se právě jejich aktivita a práce podílela na multiplikaci dopadu zejména firemního obsahového marketingu. Pochopíte, jakou vhodnou podporou individuálního brandu zaměstnanců zvýšíte prestiž vaší firemní značky.

Studium tohoto předmětu dále získáte především možnost průběžně **konzultovat reálné problémy, případy a situace z vaší praxe** s lektorem – **expertem na danou problematiku**, a v rámci těchto konzultací pod jeho odborným vedením **zpracovat jejich řešení formou prakticky orientované případové studie** (seminární práce). Díky tomu, že konzultace neprobíhají skupinově, ale pouze přímo mezi vámi a lektorem, **můžete konzultovat i citlivé firemní záležitosti**, včetně konkrétních dat atd., bez obav ze sdílení těchto údajů s dalšími studenty.

**Výstupem po absolvování tohoto předmětu je tedy cenný dokument ihned dále použitelný ve vaší firmě či zaměstnání, s vysokou přidanou hodnotou díky individuálním konzultacím s odborníkem.**



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

## OBSAH PŘEDMĚTU

- kdo jsou firemní ambasadoři, proč je aktivita/aktivismus a angažovanost zaměstnanců dlouhodobě na vzestupu a jak to souvisí s rozvojem sociálních sítí
- jaké jsou klíčové průzkumy a dlouhodobé mezinárodní studie k tomuto tématu - co sledovat
- 6 typů míry angažovanosti zaměstnanců - charakteristiky, míra užívání sociálních sítí, zájmy těchto dílčích skupin i potřeby
- využití "síly hlasu zaměstnanců" - proč a jak multiplikovat potenciál již aktivních zaměstnanců, které je vidět a slyšet už nyní, jak podpořit aktivitu těch, co se teprve rozhodují
- klasifikace aktivity a angažovanosti jednotlivých zaměstnanců a vazby na marketing firmy jak online, tak offline
- bezpečné zarámování aktivity firemních ambasadorů - etický kodex, podpora vzdělávací a obsahová
- vazba aktivity firemních ambasadorů na offline, online marketing běžného charakteru
- vazba aktivity firemních ambasadorů na offline, online obsahový marketing
- přehled současných trendů v obsahovém marketingu: znalostní huby, edutainment, práce s komunitami atp.
- specifika rozvoje osobní profesní značky vašich zaměstnanců zejména na LinkedIn ve vazbě na další marketingovou aktivitu firmy

## PŘÍKLADY OBLASTÍ A TÉMAT, V NICHŽ MŮŽETE S LEKTOREM/LEKTORKOU KONZULTOVAT

- jak vybrat vaše firemní ambasadorů (klasifikace základních skupin dle míry zapojení)
- jak nastavit systém podpory a vzdělávání pro vaše firemní ambasadorů pro dlouhodobý efekt
- jak nastavit matici dopadu obsahového marketingu na jednotlivé sféry firmy & formy obsahu jako základ pro výběr zapojení se aktivních zaměstnanců (ambasadorů)
- ideální typy příspěvků obsahového marketingu pro firemní ambasadorů na LinkedIn
- jak v náboru propojit zájmy firemních ambasadorů s firemním HR marketingem
- možnosti současného obsahového marketingu: znalostní huby, práce s komunitami, mentoring, edutainment, CSR a další trendy

## ZPŮSOB ABSOLVOVÁNÍ PŘEDMĚTU

Předmět je zakončen zpracováním **seminární práce**, v níž student **řeší konkrétní téma ze své praxe**, týkající se daného předmětu, případně **některé z modelových témat připravených lektorem** (viz níže). Seminární práce je zpracovávána v rozsahu **7-10 stran formátu A4**, z toho se musí jednat alespoň o **8 normostran textu**. Seminární práce je lektorem ohodnocena procentuálně, přičemž **50 % a více** znamená **úspěšné absolvování daného předmětu**.

## MODELOVÁ TÉMATA SEMINÁRNÍ PRÁCE

1. Nastavení výběru a dlouhodobé podpory firemních ambasadorů ve vaší firmě.
2. Win-win propojení aktivit marketingového týmu firmy s promo individuálních brandů zaměstnanců.
3. Obsahový marketing firmy na LinkedIn a jeho multiplikace skrze firemní ambasadorů.



C E M I

CENTRAL EUROPEAN MANAGEMENT INSTITUTE

4. Využití potenciálu firemních ambasadů pro zvýšení efektu HR marketingu v náboru.
5. Edutainment a firemní ambasadoři.
<b>STUDIJNÍ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE</b>
Podpůrné studijní materiály zpracované lektorem (k dispozici online ve studijním systému)
<b>Elektronické knihy z online knihovny Bookport od nakladatelství Grada:</b>
JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. <i>Strategický marketing: strategie a trendy</i> . 2., rozš. vyd. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4670-8. (Online <a href="#">ZDE</a> )
ČEVELOVÁ, Magdalena. <i>Marketing bez reklamy</i> . Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-87749-12-9 (Online <a href="#">ZDE</a> )
MACHKOVÁ, Hana a MACHEK, Martin. <i>Mezinárodní marketing</i> . 5. vydání. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing, 2021. ISBN 978-80-271-3006-1. (Online <a href="#">ZDE</a> )
<b>Ostatní studijní literatura:</b>
<a href="https://webershandwick.com/uploads/news/files/InRepWeTrust_ExecutiveSummary.pdf">https://webershandwick.com/uploads/news/files/InRepWeTrust_ExecutiveSummary.pdf</a>
<a href="https://webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf">https://webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf</a>
<a href="https://www.krcresearch.com/the-age-of-employee-activism/">https://www.krcresearch.com/the-age-of-employee-activism/</a>
<a href="https://www.edelman.com/trust/trust-barometer">https://www.edelman.com/trust/trust-barometer</a>
<b>Ostatní užitečné zdroje (videomateriály, online profesní skupiny, blogy, diskuse atd.):</b>
<a href="https://ceskepodcasty.cz/podcast/vytah-1">https://ceskepodcasty.cz/podcast/vytah-1</a> podcast profesní komunity Holky z marketingu
<a href="https://ceskepodcasty.cz/podcast/demarketing-nejlepsi-cesti-marketeri-prozrazuji-sve-postupy-a-byznysmodely">https://ceskepodcasty.cz/podcast/demarketing-nejlepsi-cesti-marketeri-prozrazuji-sve-postupy-a-byznysmodely</a> podcast Demarketing Pavla Šímy
<a href="https://ceskepodcasty.cz/podcast/jak-na-site">https://ceskepodcasty.cz/podcast/jak-na-site</a> podcast Jak na síť
<a href="https://www.youtube.com/watch?v=hcr3MshYe3g&amp;ab_channel=TEDxTalks">https://www.youtube.com/watch?v=hcr3MshYe3g&amp;ab_channel=TEDxTalks</a> Powerful Personal Branding   Ann Bastianelli   TEDxWabashCollege
<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Quq4FiPk9Nw&amp;ab_channel=Influencivity%C2%B7InfluencerMarketing">https://www.youtube.com/watch?v=Quq4FiPk9Nw&amp;ab_channel=Influencivity%C2%B7InfluencerMarketing</a> What Is a Brand Ambassador?
<a href="https://www.youtube.com/@influencivity_official">https://www.youtube.com/@influencivity_official</a>
<a href="https://magazin.lmc.eu/tv/datova-snidane">https://magazin.lmc.eu/tv/datova-snidane</a>