

# Kampaň

## Rozhodněte o klíčových prvcích vaší kampaně




Datum:

Jméno:

Společnost/projekt:



Plánujte vědomě své kampaně a již od začátku jim dávejte jasný cíl. Myslete i na zařazení do fáze STDC a cílové publikum.

### Postup

Začněte **názvem kampaně**, ke kterému se budete moci vrátet a bude všem v týmu jasné. Použijete ho také pro označení odkazů vztahujících se ke kampani. Zvolte kanál, kde chcete kampaň uskutečnit a rozhodněte zda je brandová , akviziční  či výkonnostní . Zvažte **proč** vůbec kampaň chcete dělat a jaký **cíl má naplnit** (vztahující se k vašim obchodním cílům). Následně určete jaké **cílové publikum** má požadovaný cíl splnit a jakými **metrikami** splnění cíle vyhodnotíte. Následně navrhnete obsah kampaně, rozpočet a termín.

### Další kroky

Ke kampani se po její realizaci vraťte. Poznamenejte si **klíčové postřehy** pro budoucí kampaně a zaznačte dle zvolených metrik **plnění plánu a rozpočtu**.

| NÁZEV KAMPANĚ   | FÁZE | KANÁL/NÁSTROJ   |  |  | \$ |
|-----------------|------|-----------------|---|---|----|
| PROČ            |      | CÍL KAMPANĚ     |   |   |    |
| CÍLOVÉ PUBLIKUM |      | METRIKY         |   |   |    |
| OBSAH KAMPANĚ   |      | PLÁN            |   |   |    |
| VIZUÁL KAMPANĚ  |      | ROZPOČET        |   |   |    |
|                 |      | TERMÍN          |   |   |    |
| VYHODNOCENÍ     |      | PLNĚNÍ PLÁNU    |   |   |    |
|                 |      | PLNĚNÍ ROZPOČTU |   |   |    |