

Vzorová Strojárska a. s. (vymyslené údaje)

PR · Rast · Mesačný paušál

Klient	Vzorová Strojárska a. s. (vymyslené údaje)	Obdobie	september 2026	
Zákazka	PR · Rast (Mesačný paušál)	Account manažér	Account manažér EventPixel	
Dátum reportu	2. 10. 2026	Stav	odoslaný, čísla zmrazené	
3 Výstupy v médiách spolu za obdobie	67 % Prebratie posolstva 2 z 3 výstupov	120 000 Orientačný dosah odhad médií, nie unikátni čitatelia	38 h Odpracované z 40 h v cene · 95 %	11 Oslovení novinári 14 oslovení · 5 odpovedí

Súhrn pre vedenie

September priniesol prvé dva výstupy v celoštátnych médiách a prekročil mesačný cieľ pri úrovni médií aj pri prebratí posolstva. Návštevy webu z výstupov dosiahli 412 a sedem dopytov uviedlo článok ako zdroj. Slabším miestom je podiel pozitívnych výstupov (67 % pri celi 80 %) — jeden výstup bol neutrálny, nie negatívny. Cieľ organizácie (5 klientov do konca roka) je splnený na 40 %.

IEF 1 · BARCELONA 1					
CIEĽ	MIERA	VÝCHODISKO	CIEĽ	SKUTOČNOSŤ	STAV
Cieľ organizácie Získať 5 nových B2B klientov z odbornej komunikácie do konca roka do 31. 12. 2026	Meranie zadané ručne CRM klienta (september 2026)	0 ks	5 ks	2 ks	Čiastočne
Komunikačný cieľ Aspoň 2 výstupy mesačne v médiách úrovne 1-2	Výstupy v médiách úrovne 1-2 evidencia výstupov a oslovení	—	2 ks	3 ks	Splnený

CIEĽ	MIERA	VÝCHODISKO	CIEĽ	SKUTOČNOSŤ	STAV
Komunikačný cieľ Kľúčové posolstvo v aspoň 60 % výstupov	Prebratie kľúčového posolstva evidencia výstupov a oslovení	—	60 %	67 %	Splnený
Komunikačný cieľ Podiel pozitívnych výstupov nad 80 %	Podiel pozitívnych výstupov evidencia výstupov a oslovení	—	80 %	66,7 %	Čiastočne

Komunikačné ciele vychádzajú z cieľov organizácie. Cieľ za obdobie sa porovnáva so skutočnosťou za to isté obdobie; splnený = 100 % cieľa, čiastočne = od 50 %.

Zadanie klienta (brief)

Byť vnímaní ako odborná autorita v segmente presného obrábania a získať nových B2B klientov.

2. Vstupy

IEF 2 · BARCELONA 2

Cieľové skupiny

- Riaditelia a nákupcovia výrobných firiem
- Odborná a ekonomická tlač
- Potenciálni zamestnanci (technici, programátori CNC)

Stratégia a plán

Odborná autorita cez certifikáciu a rozhovor s CEO; sekundárne zamestnávateľská značka v regióne.

Tlačová správa → individuálne pitche ekonomickej a odbornej tlači → rozhovor.

Východisková situácia

Značka je v segmente známa úzkemu okruhu zákazníkov; v ekonomických médiách sa za posledných 12 mesiacov neobjavila.

Kľúčové posolstvá

- Sme prvý výrobca na Slovensku s certifikáciou X
- Rastíme bez prepúšťania — 40 nových pracovných miest v Nitre

Zdroje a rozpočet

- Model: Mesačný paušál
- Rozsah: 40 h mesačne
- Odmena: 1 425 € mesačne
- Obdobie spolupráce: 1. 6. 2026 – bez konca

Hovorcovia

- Ing. Ján Novák — generálny riaditeľ

3. Aktivity

Podľa kanála (PESO)

Získané	15 h	39 %
Vlastné	10 h	26 %
Riadenie a plánovanie (mimo kanálov)	13 h	34 %

Podľa druhu práce

Media relations a pitching	15 h
Písanie textov	10 h
Stratégia a posolstvá	8 h
Monitoring a report	5 h
Spolu	38 h

Tlačové správy

- 7. 9. 2026 — Vzorová Strojárska získala certifikáciu X

Oslovenia médií

14 oslovení · 5 odpovedí · 11 novinárov

4. Výstupy

Získané médiá (earned)

Sentiment

Pozitívny	2
Neutrálny	1
Negatívny	0

Úroveň média

Úroveň 1 · celoštátne	2
Úroveň 2 · odborné / regionálne	1
Úroveň 3 · ostatné	0

Najčastejšie médiá: Hospodárske noviny (1). Zoznam všetkých výstupov je v prílohe.

Ostatné výstupy (platené, zdieľané, vlastné)

MERANÉ	SKUPINA	KANÁL	HODNOTA	ZDROJ A METÓDA
Príspevky na firemnom LinkedIn (zdieľanie výstupov)	Odborná tlač	Zdieľané	6 príspevkov	LinkedIn Analytics 1.-30. 9. 2026
Dosah príspevkov na LinkedIn	Riaditelia firiem	Zdieľané	18 400 zobrazení	LinkedIn Analytics zobrazenia, nie unikátni ľudia

5. Out-takes

Ako cieľové skupiny reagovali: pozornosť, spomenutie, porozumenie témam, zapojenie, prihlásenia.

MERANÉ	SKUPINA	KANÁL	HODNOTA	ZDROJ A METÓDA
Návštevy webu z mediálnych výstupov	Riaditelia firiem	Vlastné	412 návštev	Google Analytics 4 zdroj: referral z domén výstupov, 1.–30. 9.
Dopyty cez formulár s odkazom na článok	Nákupcovia	Vlastné	7 dopytov	CRM klienta pole „Odkiaľ ste sa o nás dozvedeli“

6. Outcomes

IEF 6 • BARCELONA 6

Aký účinok to malo na cieľovú skupinu: zmena porozumenia, postoja, dôvery, preferencie, úmyslu konať.

MERANÉ	SKUPINA	KANÁL	HODNOTA	ZDROJ A METÓDA
Povedomie o značke v cieľovej skupine	Riaditelia firiem	—	22 %	Prieskum, n = 120 online dotazník, podporované povedomie; východisko v júni: 14 %

7. Dopad na organizáciu

IEF 7 • BARCELONA 6

Aký účinok to malo na ciele organizácie: reputácia, vzťahy, predaj, dary, zmena politiky.

MERANÉ	SKUPINA	KANÁL	HODNOTA	ZDROJ A METÓDA
Noví B2B klienti, ktorí uviedli PR ako zdroj Príčinný vplyv nie je izolovaný; ide o klientov, ktorí v dotazníku uviedli článok alebo rozhovor.	Nákupcovia	—	2 ks	CRM klienta samoreportované + overené obchodným tímom

8. Kvalitatívna analýza

BARCELONA 4

Médiá preberali predovšetkým tému certifikácie ako dôkaz odbornosti; rozhovor s CEO posunul debatu k zamestnanosti v regióne, čo je presne druhá cieľová skupina. Neutrálny výstup v odbornom médiu informoval o novej linke bez citácie hovorca — príležitosť na lepšie pripravené podklady pre redakcie.

Žiadny výstup nespochybnil tvrdenie o prvenstve; sledujeme, či ho nenapadne konkurencia.

9. Odporúčania a plán na ďalšie obdobie

1. Pitch témy „Nedostatok CNC technikov v regióne“ do dvoch ekonomických médií.
2. Pripraviť podklady s citáciou hovorca pre odbornú tlač pri každej novinke.
3. Zopakovať prieskum povedomia v decembri (rovnaká metóda) a porovnať s júnovým východiskom 14 %.

10. Metodika, zdroje a obmedzenia

Rámec	Meranie sleduje AMEC Integrated Evaluation Framework (ciele, vstupy, aktivity, výstupy, out-takes, outcomes, dopad) a Barcelonské princípy 4.0.
Zdroj výstupov	Mediálne výstupy zaznamenáva tím EventPixel ručne po overení publikovaného textu; každý má odkaz alebo záznam. Report nezahŕňa výstupy, ktoré tím nezaznamenal.
Úroveň média	Úroveň 1 = celoštátne médiá, 2 = odborné a regionálne, 3 = ostatné. Úroveň určuje tím podľa evidencie médií.
Sentiment	Pozitívny, neutrálny alebo negatívny — posudzuje človek podľa tónu textu voči klientovi, nie automaticky.
Prebratie posolstva	Podiel výstupov, ktoré obsahujú aspoň jedno z dohodnutých kľúčových posolstiev (zoznam je v reporte).
Dosah	Orientačný odhad čitateľnosti média podľa jeho vlastných údajov, nie počet ľudí, ktorí text skutočne videli. Hodnoty sa nesčítavajú naprieč médiami ako unikátni čitatelia.
Kanály PESO	Štítok kanála pri aktivitách je predvolený podľa druhu práce; riadenie, plánovanie a administratíva sú mimo kanálov.
Ekvivalent inzercie	AVE sa nepočíta ani neuvádza — Barcelonský princíp 5.
Zmrazenie	Odoslaný report sa už nemení; čísla zodpovedajú stavu dát v čase odoslania.

Doplňok k tomuto obdobiu

V septembri neprebíhal monitoring sociálnych sietí tretích strán; zdieľané kanály zahŕňajú len vlastné príspevky klienta.

11. Súlad s Barcelonskými princípmi 4.0

#	PRINCÍP	STAV V TOMTO REPORTE
1	Jasné, merateľné ciele sú nevyhnutným predpokladom plánovania, merania a vyhodnotenia komunikácie.	splnené
2	Definovať a pochopiť všetky cieľové skupiny je podmienkou plánovania, budovania vzťahov a trvalého dopadu.	splnené
3	Meranie a vyhodnotenie komunikácie má pokrývať všetky relevantné kanály, ktorými sa cieľové skupiny oslovujú a ovplyvňujú.	splnené
4	Účinné meranie a vyhodnotenie komunikácie vyžaduje kvalitatívnu aj kvantitatívnu analýzu.	splnené

#	PRINCÍP	STAV V TOMTO REPORTE
5	Neplatné miery, ako ekvivalent inzercie (AVE), sa nepoužívajú; prínos komunikácie sa vyhodnocuje podľa outcome a dopadu.	splnené
6	Meranie a vyhodnotenie reportuje výstupy, outcomes a dopad vo vzťahu k organizácii aj k cieľovým skupinám.	splnené
7	Etika, riadenie a transparentnosť dát, metodík a technológií budujú dôveru a umožňujú učenie.	splnené

Nesplnený princíp znamená, že údaj nebol zadaný alebo zmeraný — nie že ho report skrýva. Doplníme ho v ďalšom období.

Príloha A · Zoznam výstupov v médiách

DÁTUM	MÉDIUM	TITULOK	SENTIMENT	ÚROVEŇ	POSOLSTVO
8. 9. 2026	Hospodárske noviny	Slovenský výrobca ako prvý získal certifikáciu X	Pozitívny	1	✓
15. 9. 2026	Trend	Kto ťahá rast v priemysle: rozhovor s CEO	Pozitívny	1	✓
22. 9. 2026	Strojárstvo.sk	Nová linka v Nitre	Neutrálny	2	—

Meranie podľa AMEC Integrated Evaluation Framework a Barcelonských princípov 4.0. Ekvivalent inzercie (AVE) sa nepoužíva. Vygenerované 2. 10. 2026 09:00.