

Image značky Česko.Digital 2023

- jak nás vnímají ostatní, veřejnost, ti co nás neznají?
- v rámci Image se měří i Brand awareness (spontánní rozpoznání značky), kdy se i těch, co nás neznají ptáme, zda ano (někteří o nás “slyšeli”, ale vědomě o tom neví), jedná se o rozsáhlé a nákladné výzkumy se vzorkem na celou populaci, což pro nás není prioritou
- můžeme ale změřit image zmínkami v médiích a sentimentem v monitoringu
- už nemáme Monitoru, ale díval jsem se do NewtonMedia

Výstupy z monitoringu, NewtonMedia

data k dispozici:

- **178 článků** (373 za 2022) o hodnotě AVE 12 029 835 Kč (79,46 mil. Kč pro 2022)
- počítají se do toho i naše články, které vyšly na Seznam Medium
- 25 článků mělo pozitivní sentiment, 152 mělo neutrální sentiment, 1 měl negativní sentiment

největší zmínky byly v souvislosti s: 1) výstupy Evy Pavlíkové 2) IT Fitness test (a Týden pro digitální Česko) a 3) Digitální inkluze, dále průzkumy státní správy a samosprávy, projekty v akcelérátoru, výstupy Jakuba Nešetřila, zmínky v souvislosti s PPF

nejvíce o nás psali: CzechCrunch (11), pedagogicke.info (8), Marketing & Media (5), Hospodářské noviny (4), Lupa.cz (4), iDnes (4)

vyšlo 25 tištěných článků, ostatních 153 online

média nás uváděla jako: organizace, dobrovolnická organizace, uskupení, komunitní organizace, nevládní organizace, komunita expertních dobrovolníků, komunita specialistek a specialistů, komunita

Image značky Česko.Digital 2022

- jak nás vnímají ostatní, veřejnost, ti co nás neznají
- v rámci Image se měří i Brand awareness (spontánní rozpoznání značky), kdy se i těch, co nás neznají ptáme, zda ano (někteří o nás “slyšeli”, ale vědomě o tom neví), jedná se o rozsáhlé a nákladné výzkumy se vzorkem na celou populaci, což pro nás není prioritou
- můžeme ale změřit image zmínkami v médiích a sentimentem v monitoringu (data k dispozici: 373 článků (323 za 2021) o hodnotě AVE 79,46 mil. Kč (181, 24 mil. Kč pro 2021))
 - mediální kontext 2022:
 - největším tématem je válka na Ukrajině

- média kvůli inflaci zdražovala, šetřila, některé tituly skončily (časopisy Můj svět, Speed nebo stanice ČT3)
-
- více jsme byli spojováni s marketingem, psalo o nás hodně MAM (i tištěný), 10 % zmínek tvořili články ve spojitosti s Ukrajinou (zejména projektem SZÚ), nejvíce o nás pořád píše deník.cz a cc.cz

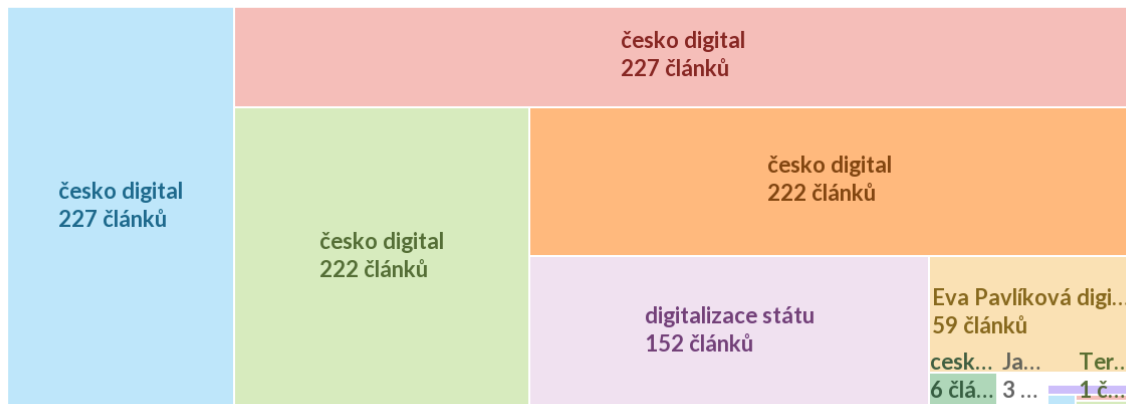
	2021	2022	Hodnocení
počet článků	323	373	nepatrné zlepšení
negativní sentiment	72 článků	0 článků	značné zlepšení
AVE	181,24 mil Kč	79,46 mil Kč	výrazné zhoršení
TOP klíčové slovo	projekt	česko digital	nepatrné zlepšení

Klíčová slova v člancích v médiích za 2022

zatímco v roce 2021 byla komunita spojována nejvíce se slovem "projekt", nyní jsme trošku více spojováni se slovem digitalizace, Eva Pavlíková se drží s 59 články (72 v 2021)

Klíčová slova pro téma: Česko.Digital

za období od 1. 1. 2022 do 31. 12. 2022



Nejčastější pojmy spojené s Česko.Digital v člancích v médiích za 2022

stále jsou naše témata spojována s politikou a řízením státu, letos pozorujeme ještě trochu více konkrétních jmen politiků

Nejčastější pojmy pro téma: Česko.Digital

za období od 1. 1. 2022 do 31. 12. 2022

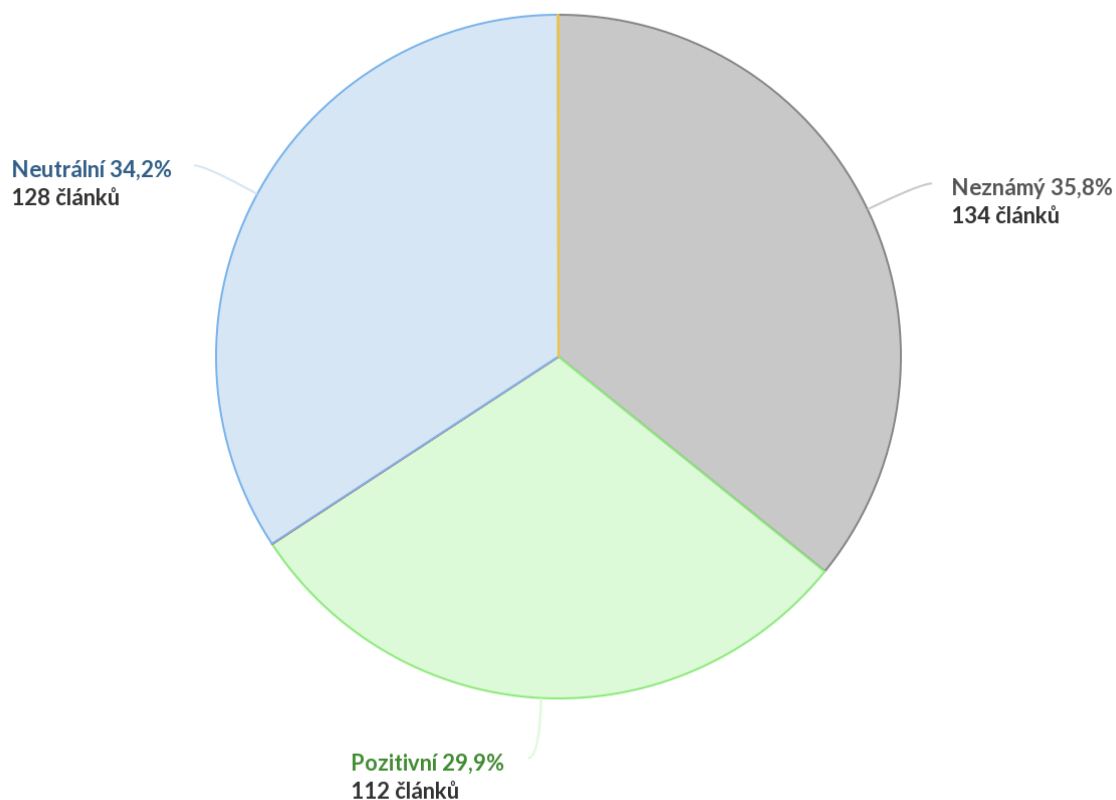


Sentiment Česko.Digital v člancích v médiích za 2022

podle monitoru jsme letos neměli žádný článek s negativním sentimentem, oproti roku 2021, kdy vyšlo 72 článku zmiňující Česko.Digital s negativním sentimentem

Sentiment pro téma: Česko.Digital

za období od 1. 1. 2022 do 31. 12. 2022

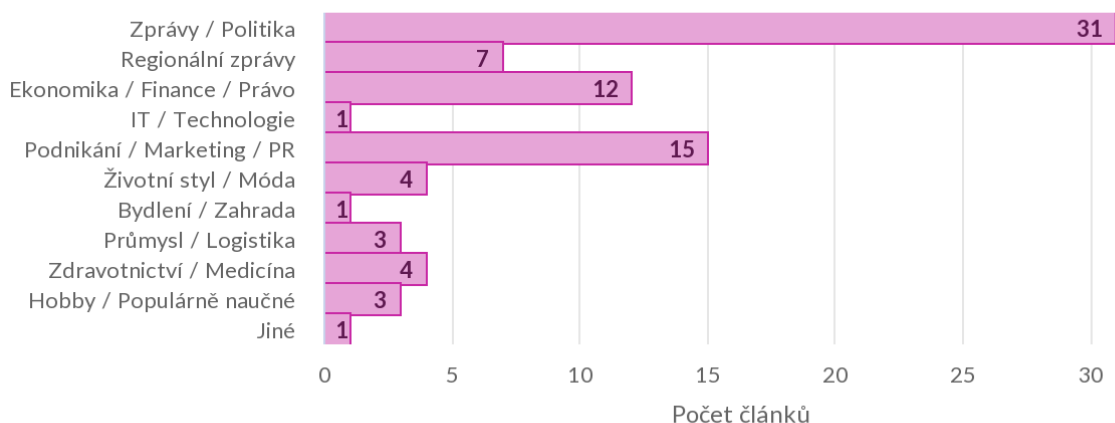


TOP kategorie článků v médiích za 2022

skoro beze změny oproti 2021, ze 7x na 15x jsme se v tisku objevili v kategorii marketing pořád o nás hodně píše deník a cc.cz, přestal o nás psát ihned.cz, naopak o nás píše mam.cz (také ekonomie)

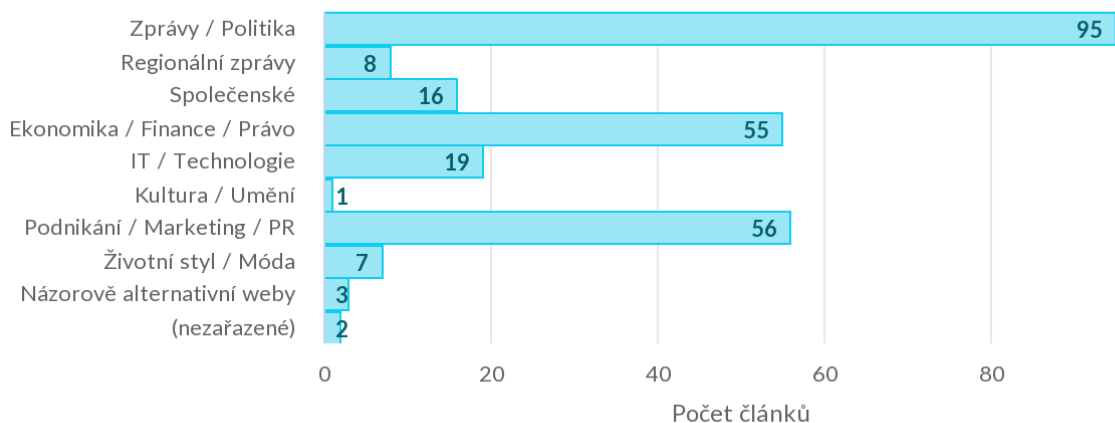
Kategorie - Tisk pro téma: Česko.Digital

za období od 1. 1. 2022 do 31. 12. 2022



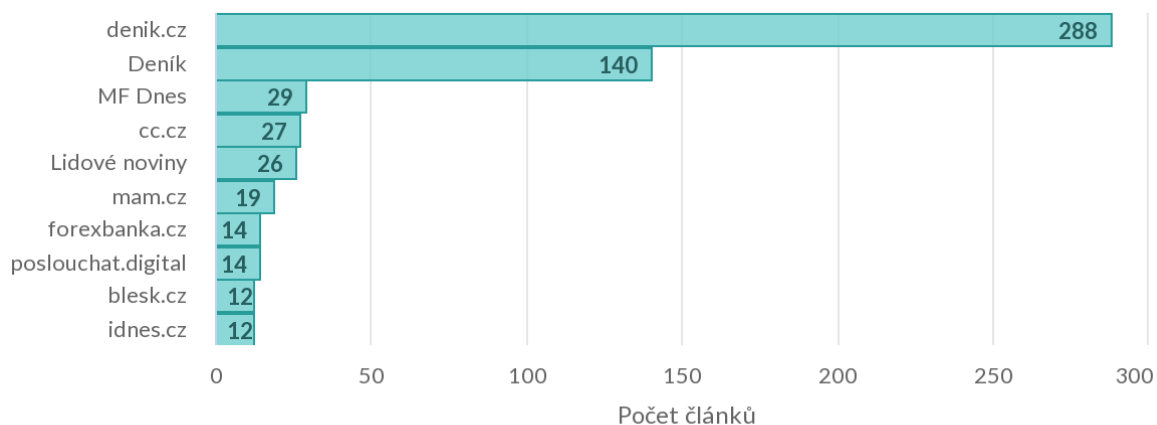
Kategorie - Online pro téma: Česko.Digital

za období od 1. 1. 2022 do 31. 12. 2022



Nejčastější zdroje pro téma: Česko.Digital

za období od 1. 1. 2022 do 31. 12. 2022



Shrnutí

o organizaci se píše v mediálním prostoru bez potřeby interního PRisty a s pomocí komunity a to v , mediální hodnota výstupů je odhadována na 79,46 mil. Kč, spadla o 100 milionů Kč

Image značky Česko.Digital 2021

- jak nás vnímají ostatní, veřejnost, ti co nás neznají
- v rámci Image se měří i Brand awareness (spontánní rozpoznání značky), kdy se i těch, co nás neznají ptáme, zda ano (někteří o nás “slyšeli”, ale vědomě o tom neví), jedná se o rozsáhlé a nákladné výzkumy se vzorkem na celou populaci, což pro nás není priorita
- můžeme ale změřit image zmínkami v médiích a sentimentem v monitoringu (data k dispozici: 323 článků za 2021 o hodnotě AVE 181, 24 mil. Kč)

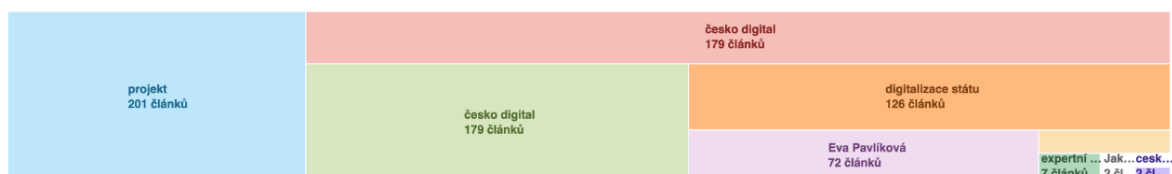
Know-how

- skutečná image je utvářena ve vědomí veřejnosti (Foret, 1992)
- zákazník může nějakým způsobem image značky vnímat ještě před tím, aniž by přijal nějaké interně konstruované sdělení (Foroudi & Palazzo, 2019)
- image odráží výsledky building awareness (spontánní rozpoznání značky v populaci) (Kohli, Suri, Kapoor, 2015)

Klíčová slova v člancích v médiích za 2021

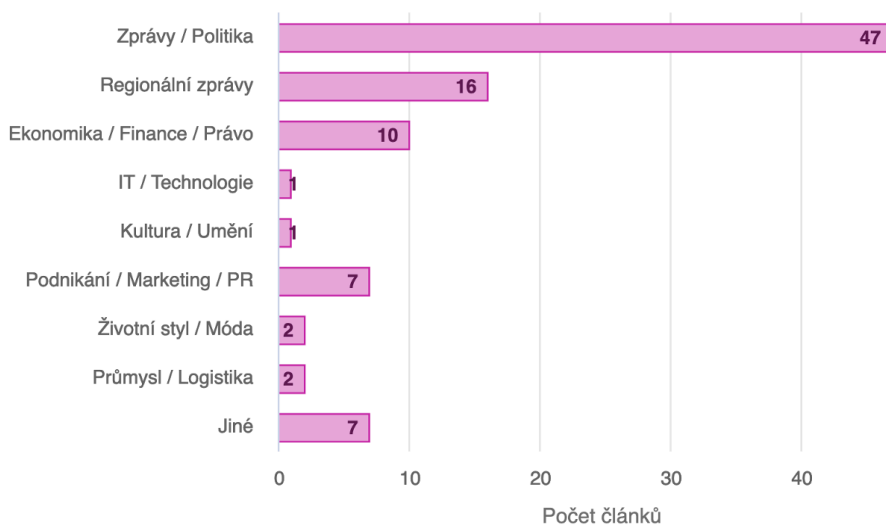
projekt, česko.digital, česko digital, **digitalizace státu, expertní dobrovolnictví**, Eva Pavlíková, Jakub Nešetřil, Martina Hábová, Radka Horáková

Klíčová slova

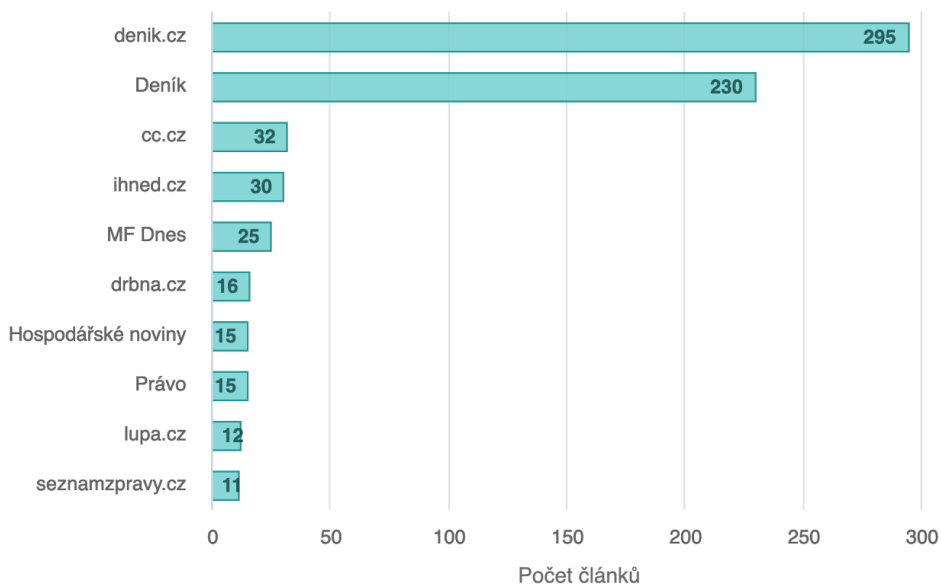


TOP kategorie článků v médiích za 2021

Kategorie - Tisk



Nejčastější zdroje



Shrnutí

- V roce 2021 vyšlo **323 článků**, které nás nějak zmiňují o hodnotě **AVE 181, 24 mil. Kč**
- Nejvíce o nás psali: Economia, CzechCrunch, CzechNewsCenter a Deník.cz
- Zmiňovali nás v souvislosti s našimi projekty, naší organizací, Evou P. a digitalizací státu, jen 7 článků uvádělo expertní dobrovolnictví

Zajímavosti

- na [Seznamu](#) nás uvedli jako vzdělávací organizaci
- na [Business Info](#) uvedli Martinu Hábovou jako mluvčí (IMHO hodně zavádějící citace, ze které se zdá, že nejsme schopni něco dodat, konkrétně Paragonek, my ale neměli podporu dobrovolníků, to byl důvod, proč jsme to nerozjeli)
- existuje ještě jedna Eva Pavlíková z odboru životního prostředí v Teplicích (skáče nám to do monitoringu, třeba [zde](#))

Cíl na 2022

Z monitoringu médií za 2022 vzejde:

- Zmínky především v souvislosti s naší organizací, digitalizací státu, expertním dobrovolnictvím, **vzděláváním, projekty, komunitou, propojováním organizací, přínosem digitalizace, pomáhání ve volném čase**

+ potřebovali bychom nějaký výstup ve Forbes