

CIENAIK

# Valná hromada

Kouty, 21. 6. 2023



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Program valné hromady

- Schválení hostů a orgánů VH
- Zpráva dozorčí komise o HV AKA, ARAs, EFFIE ground (hlasování)
- Zpráva prezidia o činnosti
- Hlasování o orgánech AKA
- Odpolední program - diskuse nad jednotlivými tématy a plán činnosti



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

**CIENAIK**

# Finanční výsledky 2022

Zpráva dozorčí komise



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Konečný výsledek hospodaření 2022

AKA

+ 163k

ARA's

- 88k

EFFIGround

- 39k

---

Dozorčí komise byla seznámena s výkazy jednotlivých společností a stejně tak s přiznáním k dani z příjmů za všechny společnosti za období 1.1.2022 - 31.12.2022.

Podle názoru DK podávají výkazy věrný a poctivý obraz o stavu majetku jednotlivých společností k 31.12.2022 a o výsledku jejich hospodaření v roce 2022. DK nezjistila žádná významná pochybení a účetnictví uvedených společností považuje za důvěryhodné a úplné.



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

## Konečný výsledek hospodaření 2022 – AKA

Výnosy	+1 561k
Osobní náklady	- 554k
Ostatní provozní a finanční náklady	- 844k
<i>Z toho: poplatky EACA a Rada pro reklamu</i>	<i>-300k</i>

---

**Konečný hospodářský výsledek 2022 = + 163k**

## Konečný výsledek hospodaření 2022 – ARA's

Výnosy	+ 3 332k
Osobní náklady	- 1 672k
Ostatní náklady	- 1 748k

---

**Konečný hospodářský výsledek 2022 = - 88k**

## Konečný výsledek hospodaření 2022 - EFFIGround

Výnosy	+ 2 314k
Osobní náklady	- 611k
Ostatní náklady	- 1 742k
<i>Z toho: Effie galavečer</i>	<i>-1 183k</i>

---

**Konečný hospodářský výsledek 2022 = - 39k**



# Dlouhodobé strategické cíle AKA, vize a mise



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Dlouhodobé strategické cíle AKA

1. Zvyšovat hodnotu oboru - služeb komunikačních agentur
2. Zvyšovat objem trhu pro komunikační agentury
3. Napomáhat budování zájmu o obor mezi talenty

## Mise AKA

Násobíme dopad a efekt investic  
do kreativity a komunikace  
pro udržitelný růst  
businessu a kvality životů lidí.



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

**Odliv talentů**  
mimo agentur

**Zásahy státu & omezení reklamy**

**Reputace: neprofi komunikace státu**

**ESG**

**GenZ a purpose**

**Agentura vs. Interní team**

**Krize: budget cuts**

**Krize: nesmyslné tendry**

**Community led growth**

**Diverzita a inkluze**

**Dezinformace a Brand Safety**

**Vezme nám AI práci?**

**Creators economy**

**Flexibilita (pracovních podmínek)**



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR



# GIENAIK

## AGENTURY: KOMUNIKACE A KREATIVITA

### BUSINESS

- Hospodářský růst.
- Podpora transformace.
- Návratnost investic, tvorba přidané hodnoty

### SPOLEČNOST ŽIVOTY LIDÍ

- Lepší životy lidí.
- Prosperitu a blahobyt společnosti.
- Udržitelný rozvoj společnosti.



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Vize AKA

- **Katalyzátor** růstu oboru kreativní komunikace
- Agenda setter, **autorita a spoluvůrce standardů** trhu
- **Propojovatel** stakeholderů (agentury -> stát, business, academia) a spolupracujících spolků, skupin a komunit
- **Garant** vysoké odborné a etické úrovně členů



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Priority AKA 2023/2024

**HODNOTA  
OBORU**

**FÉROVÝ  
TENDR**

**STRATEGICKÁ  
KOMUNIKACE  
STÁTU**

**METODIKA ZVZ**

**AI  
HROZBY  
A PŘÍLEŽITOSTI**

**VZDĚLÁVÁNÍ**

**ESG  
UDRŽITELNOST A  
SPOL.  
ODPOVĚDNOST**



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Doplňkové zastřešující téma KOMUNIKACE mění ekonomiku

- Dorostli jsme do bodu, kdy máme přestat být jen agentury, ale máme vzít odpovědnost za celý marketing a ukázat jeho význam na ekonomiku
- Reklamky (nebo marketing obecně) mohou být většinovou společností vnímané jako podřadné téma, podobně jako Asociace horských středisek
- Ale je čas ukázat, co je skutečně KOMUNIKACE - Nejde jen o PR a reklamu – jde o skutečné posouvání a ovlivňování klíčových témat ekonomiky a společnosti oboustranným facilitačním dialogem
- Nejsme jen oboroví specialisté, transformujeme
- Konkrétní návrhy:
  - spočítejme primární, ale hlavně sekundární dopad toho, co děláme, na ekonomiku
  - dejme dohromady vlivové komunikační projekty
  - buďme součástí komunit, které jdou nad rámec marketingu

Toto nejsou reklamní kampaně, ale příklady naprosto konkrétních vlivových, datových a transformačních projektů, které ukazují, kam můžeme jako branže zajít



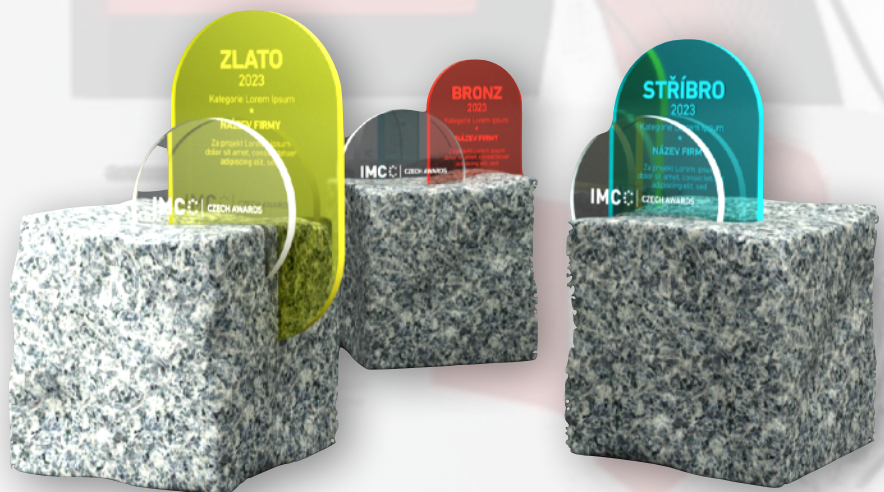
# Aktivační agentury AKA Plán aktivit 2023



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR



AKTIVAČNÍ  
AGENTURY  
AKA



1. Předání trofejí IMC Czech Awards:  
28. 6. 2023 @JazzDock
2. Upravené definice kategorií,  
pozornost na Retail
3. Uzávěrka přihlášek IMPACT Awards EU:  
Červenec 2023
4. Zúčastnit se mohou všichni medailisté
5. Rebranding IMC Czech → Impact Czech

CIENNA

# POP AI expo



- Aktivační agentury posilují svoje zaměření na Retail (AI, data, vizibilita, automatizace)
- Spolupráce s POPAI:
  - Pracovní skupina podobojích členů
  - Memorandum o spolupráci AKA <--> POPAI (workshopy, networking)

# Best Practices



- Aktivační agentury AKA navštěvují díky spolupráci s EACA zahraniční asociace a agentury
- Sdílíme Best Practices + Networking
- 2017 Vídeň, 2018 Berlín, 2019 Brusel, 2022 Londýn
- 2023 New York  
Návštěva AAAA + několik agentur





# Výzkum výdajů do marketingové komunikace 2022 a výhled na rok 2023

7. Ročník společného výzkum AKA a ASMEA realizovaný agenturami Nielsen a ResOLUTION Group



# Celková velikost trhu marketingové komunikace v ČR

INVESTICE DO MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE  
(expertní odhad čistých marketingových investic)



V loňském roce jsme vlivem pokračující pandemie COVID-19 zaznamenali pokles poměrně dynamického nárůstu investic do marketingu oproti předchozím rokům. Opatrnost ve formě pomalejšího růstu investic jak v roce 2022, tak i v plánovaných investicích na rok 2023, pokračuje. Nyní se však na odvětví podepisuje pro změnu ekonomická krize, vysoká očekávaná inflace a vysoké ceny energií. V roce 2022 tak nakonec nevykázal tak dynamický růst, jaký byl očekáván na začátku roku 2022. Některá odvětví, která pandemií postižena nebyla (e-commerce), tak musela svůj růst také trochu zpomalit.

Jedná se o čisté marketingové investice odhadnuté na základě dotazování, dat ceníkových cen Ad Intelu a odborné expertízy Nielsen.

# Inventura dynamiky investic

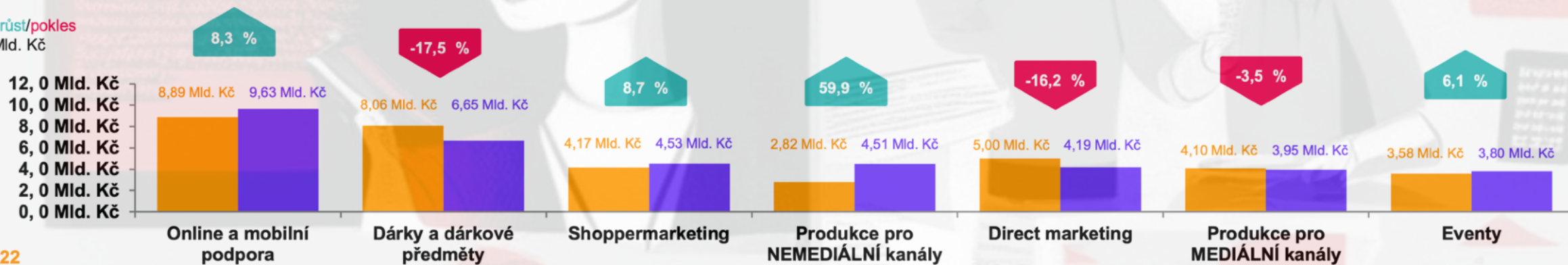
## Dynamika investic do MEDIÁLNÍCH a NEMEDIÁLNÍCH kanálů 2022 a odhad na 2023



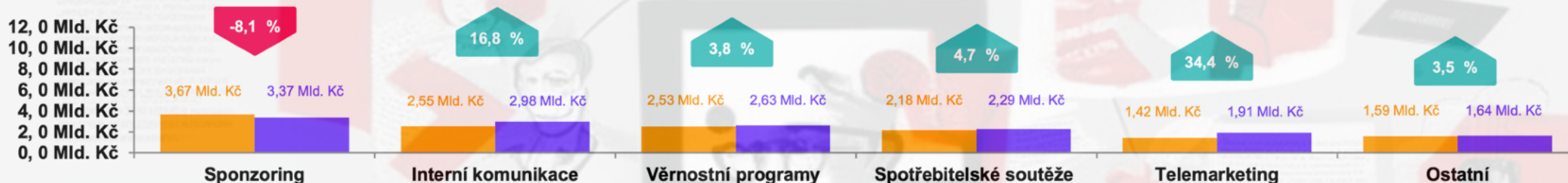
Celkové zpomalení nárůstu investic bylo způsobeno především NEmediální částí. Ta v loňském roce rostla dvojciferně, pravděpodobně proto, že byl v roce 2020 zaznamenán největší pokles podílu NEmediálních kanálů v historii výzkumu a loni se začaly NEmediální kanály vracet do normálu. Letos však tento dynamický růst zpomalil. Celkově lze říci, že NEmediální kanály pocítily zpomalení trhu nejvíce. Za růstem mediálních kanálů pak stojí především nárůst cen (především pak za TV reklamu), velký nárůst (ne však zásadní z pohledu celkových investic) zaznamenala kinoreklama, která však má za poslední dva roky co dohánět.

# Meziroční dynamika VÝŠE nemediálních investic

Nárůst/pokles  
v Mld. Kč



2022  
2023



V dynamice **výše investic** už je pohled trochu optimističtější. Vzhledem k většímu podílu investic do NEmediálních kanálů v absolutních číslech nejsou poklesy u postižených NEmediálních kanálů tak výrazné.

# Předsevzetí pro rok 2023

Kódovaná otázka

Sociální sítě, web, internet, on-line marketing

Zaujmout a zvýšit povědomí o značce, více se zviditelnit

Udržet se na trhu, vyjít s rozpočtem, boj s inflací

Prodejnost, zisky, podíl na trhu, rozjet online prodej

Maximální výkon, efektivita, dodržení plánu

Udržet současný stav, pokračovat jako dosud

Seberozvoj, zvýšení dovedností

Podpora (nového) produktu, značky

Kvalitní servis, služby, péče o stávající zákazníky

Reklama, telemarketing, ppc, email marketing

Získat více klientů a zákazníků, udržet je



AKTIVAČNÍ  
AGENTURY  
AKA



**CIENAIK**

# AKA Česká sekce



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR



ČESKÁ  
SEKCE

# CIENAIK Projekty

- AKA advisory
  - Konzultace a poradenství konkrétních tendrů – zdroj příjmů pro AKA
  - Certifikovaní odborníci – revize
- Ferovytendr.cz a metodikazvz.cz
  - Začlenění Férového tendru do společného projektu s PS Hodnota oboru – viz dále
  - Konference MMR 25.10.2023
- naDATA
  - Doplněno 305 nových otevřených datových sad
  - 88 uživatelů z toho je 32 členů AKA / pozor údaje z března
  - rozšíření datového katalogu o ontologické modely – viz ukázka dále
- Rozšíření certifikace členů o CSR
  - Nová webová aplikace pro certifikaci – ukázka na doméně
  - Vzdělávání – převzetí PS
- PS Procesy – Digitální archivy

# naDATA – ontologické modely

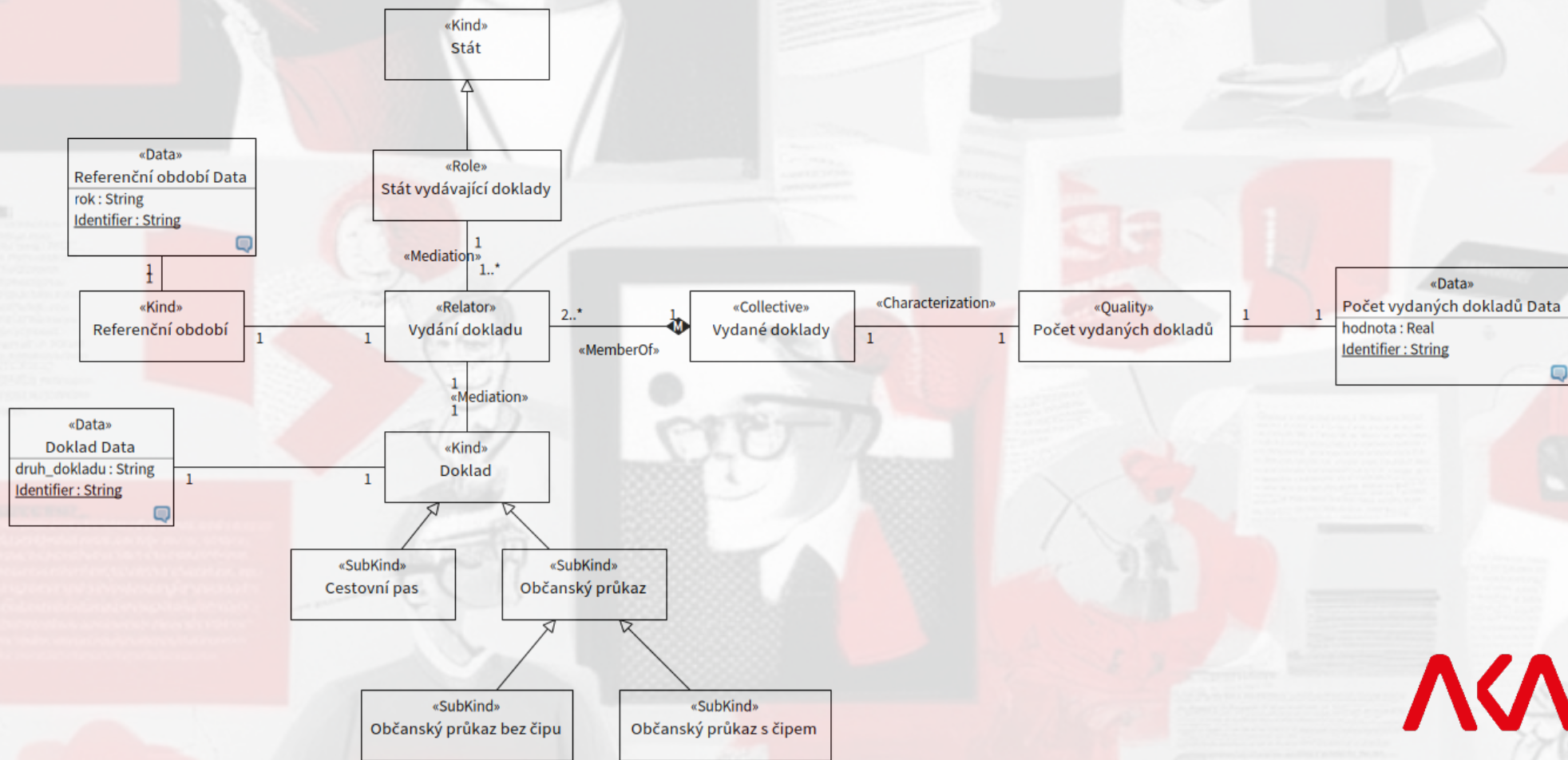
Sada A a Sada B nemají mezi sebou žádné přímé spojení ale Sadu A mohou spojit se Sadou x přes entitu a. Sada x je propojená se Sadou y přes entitu b a Sada y se Sadou B přes entitu c.

Například kdybych chtěl vědět jaké rádio a jak dlouho poslouchají lidé na cestě do práce a měl k dispozici sady (A) s informací o času stráveném dojížděním do práce (v krajích) a (B) poslechovosti rádií ve věkových skupinách.  
sada x je způsob dojíždění do práce  
sada y je složení obyvatelstva v jednotlivých okresech  
a entita - způsob dojíždění do práce (rádio se poslouchá v automobilu)  
b entita – kraj  
c entita – věková skupiny





# naDATA – ontologické modely, příklad počet vydaných dokladů



# Certifikace členů

- Viz portál – proklik

CIENAIK

# AKA Digitální agentury



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# O čem jsme mluvili na začátku

- HR - nedostatek zkušených lidí
- Vzdělávání agentury, klienti
- Hodnota oboru
- Férový tendr
- Nábor nových členů do AKA
- Chat kanál whats up
- Pravidelné pracovní setkávání

# nAKAfe

- velmi zdařilá akce, nebyla vyšší účast než v minulém roce, spíše podobná, ale bylo dobře zacíleno
- lepší výsledky v hiringu mladých talentů, studenti věděli o akci i tom, co je čeká
- after party na jednom místě, agentury měly prostor a byly vidět
- splnili jsme cíle, které jsme si definovali na základě feedbacku z minulého roku

NAKAfe

AFTERPARTY

17:00 - Loft Bubny  
U Papírny 100/2 Praha 7, Holešovice

**NÁVŠTĚVNÍCI  
Z BUDOUCNOSTI  
20.4.2023**

Budoucnost reklamy jste vy. Přijďte se nám představit nAKAfe do současnosti českých agentur a společně si ukážeme, jak bude vypadat vaše kariéra v komunikaci.

[nakafe.aka.cz](http://nakafe.aka.cz)



# Inzerce finanční krize

publikace na sociálních sítích a v PR

Za rok si řekneme,  
jestli se vám  
krácení rozpočtu  
vyplatilo

V krizi si značky nejčastěji pomáhají snížením jejich marketingového rozpočtu. Na základě 40letých zkušeností však víme, že tato krátkodobá řešení nejsou zdaleka tak efektivní, jako dlouhodobé investice do komunikace. A to jak pro značky, tak pro samotnou ekonomiku.

Více na [www.aka.cz](http://www.aka.cz)



CIENAIK



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Tik Tok

- Vyjádření k situaci v PE velmi rychlá reakce
- Vydání TZ, odpovědi na dotazy do médií a workshopu
- Další jednání s Tik Tokem i odborníky

## Resty

- Zapojení se do Digi Akademie
- Vzdělávání klientů
- Dodávání obsahu pro PR agentury
- Rozjetí Business Transformace
- Aktivace členů, větší účast na schůzkách, požádat agentury a jiné zástupce, pokud ty nahlášení nechodí





# Témata digitálek - na odpoledne



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

- AI jaký bude mít vliv na naši práci
- zapojení klientů, viz diskuze na Contagious radaru
- tendry
- hodnota oboru

**Business Transformace - Filip Kec, Actum**

GIENAIK

# Hodnota oboru



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR



# GIENAIK

## Hodnota oboru

- Výzkum a výstupy
- Co můžeme ovlivnit?
- Vztahy s klienty, vzdělávání, hodnota oboru
- Dnes: sjednocení se na projektech, přidání vlastníků, času a zdrojů



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

CIENAIK

# Výzkum a výstupy

## Strategie a informace

Vzdělávání obou stran

### Standardizace

- nastavení základních pravidel a postupů, které usnadní předávání a využívání informací i juniorům- pravidla pro brief, úkolování, delegování, tendry

### Standardizace odbornosti

- klíčové znalosti a dovednosti pro určité pozice a jejich stupně

Nejen nabídka kurzů, ale i jejich vyžadování

Certifikace kurzů a znalostí

Větší budování prestiže oboru a oceňování platformy pro vyměňování zkušeností



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

CIENAIK

# Výzkum a výstupy

## Kreativita

### Pochopení zadání

- v souladu se strategií feelingu značky ze strany agentury i klienta

### Dodržování principů

- dodržování základních vyzkoušených principů, které jsou osvědčené a fungují

### Šablona

- vytvoření funkční šablony z prvků, které pomáhají komunikaci / reklamu vylepšit

Nezaměňovat kreativní řešení a “ujeté” či šokující

## Zdroje

### Success / Penalty fee

- většinou nefunguje a nemotivuje
- KPIs a odměňování
- příliš mnoho vlivů
- lepší stanovení a mluvní ukotvení kritérií odměňování agentury



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

CIENAIK

# Výzkum a výstupy

## Přístup a orchestrace

### Budování dlouhodobějších vztahů agentura - klient

- dobro zkušenosti s dlouhodobou spoluprací
- lepší pochopení práce druhé strany - **onboarding, scope of work**
- podpora proaktivity na obou stranách
- **konzistence** zkušeností
- seznámení se s dlouhodobými plány
- návrat k osobnějším přístupům, osobní setkání
- **zpětná vazba** a její vyžadování



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Co by kdo měl umět?

- a. Definovat vzdělání, schopnosti a dovednosti na jednotlivých pozicích v marketingu a agenturách.
- b. Podívat se v zahraničí. EACA a IPA. Jaké je vzdělávání na trhu? Ritson, ByronSharp.
- c. Definovat vztah k certifikaci členů AKA. Osvěžit certifikaci. Komunikovat certifikaci. Komunikace k certifikaci. Kooperace s APRA?
- d. IPA, Ritson, ByronSharp, System 1, školy a univerzity v ČR.



# Vztah klienti - agentury

- a. **Jak dostat z agentury maximum?** Dobře si vybrat Férový tendr, Prvních 100 dní. Oboustranný onboarding. Důležitá je praxe v znalosti v oboru klienta. Jak briefovat a vyhodnocovat? Jak pracovat na vztahu - zpětná vazba, stáže, posilování týmového. Co dělat, když to začne skřípat? *Lucka navrhne strukturu a obsah. Lucie Č. do konce února a pak se domluví v rámci skupiny vztahy s klienty kdo co udělá.*
- b. **Podpořit PR, proč funguje dlouhodobá spolupráce.** *Najdeme něco z EFFIE? Ondrej a Effie skupina... Ondro zavolám. zjistit ve kterém roce spolupráce vzniká nejvíce Effie. Vybavit procurement a marketing argumentací proč netendovat.*
- c. **Najít, pomoci vzniknout mediátorovi....**
- d. **Standardizace hodnocení jak poznám dobrou agenturu, jak poznám, že jsem dobrý klient.** Standardy. Klient roku.
- e. **AI jak promítnout do odměňován**
- e. Jak poznám, že jsem dobrý senior, junior, ředitel... důraz na to co umím, znalosti a dovednosti.
- f. Platforma pro vyměňování nejlepší praxe a zkušeností. MAM podnět pro témata. Jarní valná hromada.
- g. Znovu podpořit vznik klubu marketérů pod AKA





# Evidence-based prodej kreativy

## 1. Evidence-based prodej kreativy – jan binar

- a. Jak prodávat kreativitu - ne “líbí-nelíbí”, ale **evidence based faktory**
- b. Naváže školení a PR....
- c. Navazovat na cíle v zadání

## 2. Vztahy s výzkumníky, jak pracovat s výzkumem, sladit argumentaci, domluvit se kdy tleskat a kdy házet vejce... jak a co? –jan binar-jarda malina

## 3. Zdroje

- a. vybrat dobrou praxi k hodnocení a pohyblivým složkám. Výkonnostní bonusy ne, svět je moc dynamický
- b. a průkaznost efektu práce na prodeje/hospodářský výsledek je malá. Možná podnět pro práci MAM-konference....
- c. Jak odměňovat práci a spolupráci s AI

# Jak dostat ze spolupráce s agenturou to nejlepší – portál pro klienty

- 1. Proč potřebujete agenturu / srovnání výhod a nevýhod mezi třemi typy řešení agentura X interní tým X freelancer – k tomu praktické příklady a zkušenosti klientů Ondra - Peppermint**
- 2. Co je to vlastně agentura** - porozumění jak funguje mi pomůže vybrat. Jsou i různé typy Agentur, důležité je porozumět kultuře, hodnotám, přístupu agentury k marketingu a komunikaci... tak ať si vyberu tu, která mi nejvíce pomůže
  - lidé a pozice v agentuře (co kdo dělá, jaké mají pozice kompetence a pravomoci, jaké vzdělání apod.)
  - sazby a platy – návaznost na pravidelný výzkum a publikování dat
  - technologie, legislativní znalosti, procesy a jiné nutné předpoklady pro kvalitní agenturu
  - samoregulace a etika, členové AKA disponují certifikací, včetně ESG, projekt Komunikace pomáhá
  - Zdůvodnovat proč se neúčastíme tendru, kdo jsme a kdo nejsme - **Magda**
- 3. Jak vybrat agenturu** – Férový tendr, jiné varianty výběru agentury, Metodika ZVZ – k tomu best practices, konkrétní vzory zadávacích dokumentací (case studies) – střílení do neznáma, tendry, vybírám si koncept nebo agenturu, tým pro dlouhodobou spolupráci nebo nápad?, **Jarda Malina**
- 4. Jak dostat z vybrané agentury to nejlepší - Honza Faflik**
  - Jak definovat očekávání
  - Jak pomoci agentuře zajistit potřebné znalosti o produktu / službě klienta – odborný poradce, program vzdělávání agentur na straně klienta
  - Proces briefování a debriefování – včetně vzorů a praktických zkušeností klientů i agentur
  - Jak definovat a měřit úspěch – metodiky k výběru, zkušenosti z praxe
  - Zpětná vazba, kontinuální zlepšování
  - Vztahy a jejich udržitelnost
- 5. Pracovat na vztahu se vyplatí. Pojďme vyčíslit, kolik stojí špatný vztah, kolik stojí špatná chemie...** Měnit či neměnit agenturu – co je jak drahé, jaké jsou možnosti. Jak ukončit vztah agentura klient  
**Helena**
- 6. Interní sekce pro členy AKA** – sdílení zkušeností s konkrétními klienty

# CIENAIK

## Dnes

- Vzťahy s klienty a vzdelávaní... konkrétní projekty
- Projekty definované
- Sjednotit rozsah, vlastníky, termíny



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

GIENAIK

# Etika v komunikaci



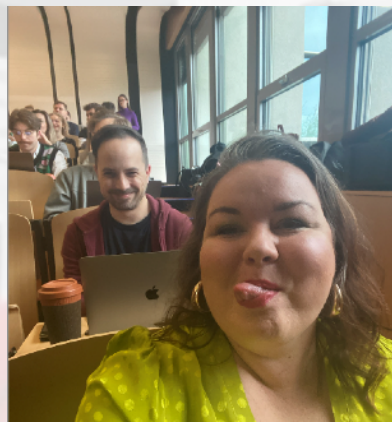
ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Pracovní skupina Samoregulace a Etika

#fér\_fluencer

[www.ferovyinfluencer.cz](http://www.ferovyinfluencer.cz)

BRAND  
SAFETY  
academy



Téma rezonuje, aktuálně lehký odklon od AKA  
-> restart pracovní skupiny a nadstavby s ohledem  
na aktuální vývoj

FEL Campus, Fakulta stavební ČVUT  
Zájem ze strany klientů mnohem nižší, než  
jsme čekali  
-> celodenní konference  
-> skvělý obsah, zapojení klientů do jeho  
tvorby  
-> potenciální spojení s Forum media



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Projekty ve vzdělávání

- nAKAfe – spolupráce se školami
- Spolupráce s VŠE - stážistka v rámci skupina AI specialistů, příští rok plánujeme systém stáží v agenturách
- Vyřešit další směřování DigiAKA
- Dlouhodobá spolupráce s VŠkk (kreativní spolupráce, podcasty, kreativní kancl)
- Workshopy pro členy

# CIENAIK

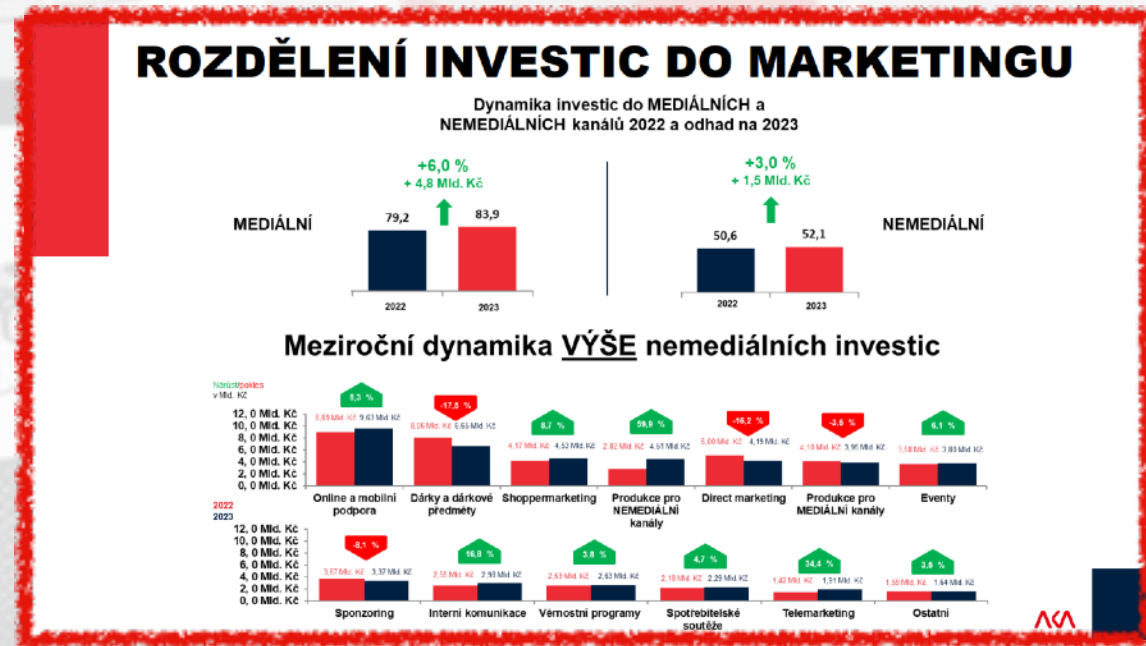
# Zpráva o reklamě 2022

Nová podoba = exkluzivní materiál!

Výzkum nemediálních výdajů



## ZPRÁVA O REKLAMĚ 2022



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR





# Novinky

## Nové přihlašovací/hlasovací prostředí

- Nová platforma – struktura a obsah hlasování se nemění

- **Webové stránky relaunch**

<https://www.fffie.cz/>

## Hlasování poroty v II. kole

- elektronicky, výsledky on-line hned na místě; evidence, rychlost, transparentnost

## Výběr Grand Prix

- Hlasuje celá porota on-line

## Analýza hlasování



## Nová speciální cena

- Prima Video Award

# Termíny

- 28.6. Call for entries
- 11.8. ukončení řádného termínu pro přihlášky
- 18.8. ukončení prodlouženého termínu pro přihlášky
- **21.-6.9.předkolo hodnocení**
- **7.9.-24.9. I. kolo hodnocení**
- **12.10. II. kolo hodnocení**
- 13.10. Shortlist effie 2023
- **do 23.10. Grand Prix**
- 9.11. EFFIE Stage Forum Media
- 14.11. Vyhlášení cen - slavnostní Galavečer

effie  
platforma

effie  
awards  
czech republic

**CIENAIK**

# AKA pro vás

nAKAvenek



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Sociální sítě a dlouhodobé projekty

**Webové stránky** - upravená podoba, příprava nových

**Newsletter** - charakteristický design, první týden v měsíci, 12krát ročně

**AKA** ASOCIACE KOMUNIKAČNÍCH AGENTUR

- AKA - O NÁS ▶
- PRO ČLENY ▶
- PRO ZADAVATELE A DODAVATELE ▶
- REKLAMA A KOMUNIKACE V ČR ▶
- VZDĚLÁVÁNÍ ▶
- NOVINKY
- EFFIE
- NADATA
- AKA/ASMEA KÓDY
- KONTAKT
- KALENDÁŘ AKCÍ

**AKA je podAKasty.** Poprvé s Robertem Haasem o transformaci agentury  
12.6.2023

**AKA se stále rozrůstá:** Novým členem se stala digitální agentura Actum

**WORKSHOP** Umělá inteligence - přítel nebo nepřítel 15. 6.

**Zpráva o reklamě 2022:** Čekáme nárůst, ale pomalejší

**Sociální média ANO, ALE bezpečně a informovaně**

**Úterní Brand Safety Academy je úspěšně za námi**

**AKA** ASOCIACE KOMUNIKAČNÍCH AGENTUR [Zobrazit e-mail on-line](#)

**NEWSLETTER ČERVEN 2023**

Milli členové AKA,

přinášíme vám novou verzi našeho newsletteru, který bude vycházet na začátku každého měsíce. Jeho cílem je informovat vás o tom, co v AKA děláme, jaké akce se právě chystají, jaké trendy se objevují na reklamním, marketingovém a mediálním trhu, ale přinášet vám budeme i zajímavosti od našich partnerů doma i v zahraničí. Zároveň vám budeme každý měsíc ukazovat, jak si na tom stojíme na sociálních sítích i jak komunikujeme navenek. Doufáme, že se vám náš newsletter bude líbit, zajme vás a někdy i pobaví.

Jsmo tu pro Vás!

Tým AKA

**Aktuálně u nás / Připravujeme ...**

**POŘÁDÁME KULATÝ STŮL NA TÉMA UMĚLÁ INTELIGENCE**

Téma umělé inteligence (AI) nyní doslova hýbe světem. AKA se proto rozhodla uspořádat na toto téma mnohé aktivity. První z nich je **Kulatý stůl**. Zajímavá debata u kulatého stolu proběhne **už 7. června** v agentuře **TRIAD** a jejím tématem je **Základní parametry AI dneška** - jak ovlivní, co změní a jak se musí přizpůsobit kreativní, digitální a ostatní agentury této realitě. Mimo jiné si odpovíme i na otázky:

- co to znamená v praxi
- jaké úkoly z toho vyplývají pro AKA jako profesní organizaci
- co to znamená i pro naše Klienty (strategie a jejich plánování, long-term uvažování a jeho možnosti a pokud to v tomto "technologickém kvapku" lze)

Informace z kulatého stolu Vám zprostředkujeme především přes MaM, na sociálních sítích a na webu [www.aka.cz](http://www.aka.cz).

**WORKSHOP UMĚLÁ INTELIGENCE - PŘÍTEL NEBO NEPŘÍTEL - TAM NESMÍTE CHYBĚTI**

Tématu umělé inteligence a jejího efektivního využití, ale i hrozbám, se bude věnovat další ze série workshopů AKA. Červnový workshop nazvaný **Umělá inteligence - přítel nebo nepřítel** proběhne **15. června** v agentuře **VCCP**.

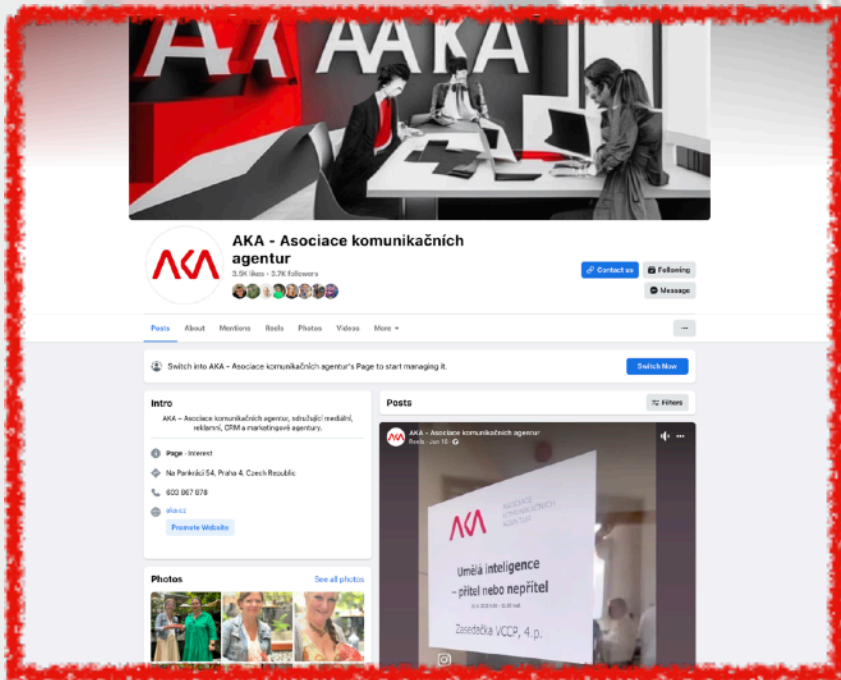
Workshop je zaměřen na **praktické vychytávky**, které ulehčí práci lidem a agentuře. Světem konkrétních nástrojů AI, zejména s ohledem na nástroje **Bing, Microsoft Designer, Jasper, ChatGPT Team, MidJourney, Photoshop Beta, AI startupy a beta pluginy** Vás provedou tři zkušení spikři - **Richard Axell, Radim Pellach a Michal Bubeníček**.

S účastí na tomto atraktivním workshopu neváhejte, počet míst je značně omezen. Více informací na [workshop.aka.cz/](http://workshop.aka.cz/) nebo [www.aka.cz](http://www.aka.cz).

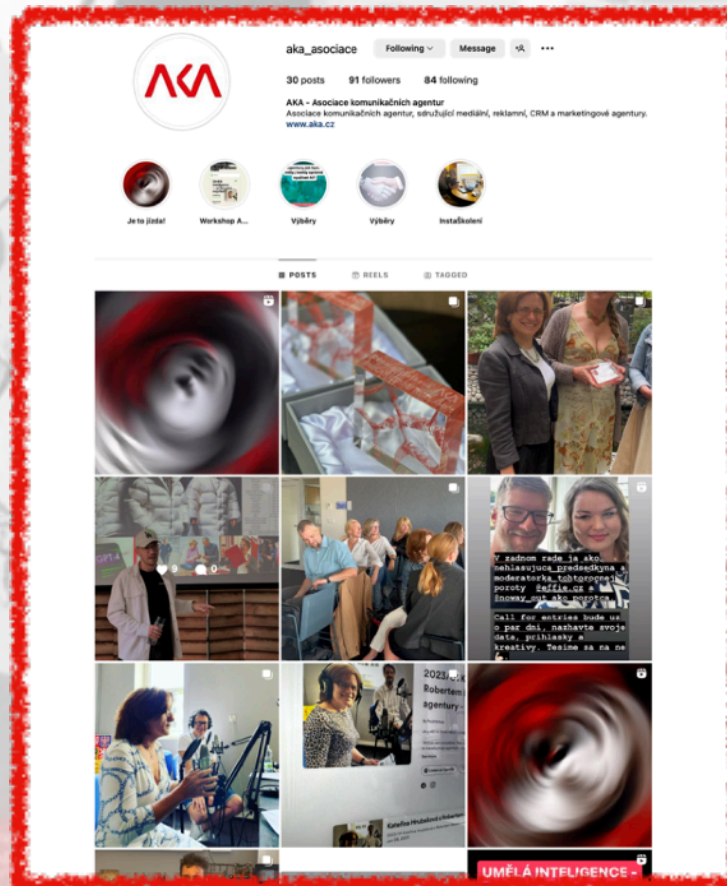
[Mám zájem!](#)

# Sociální sítě a dlouhodobé projekty

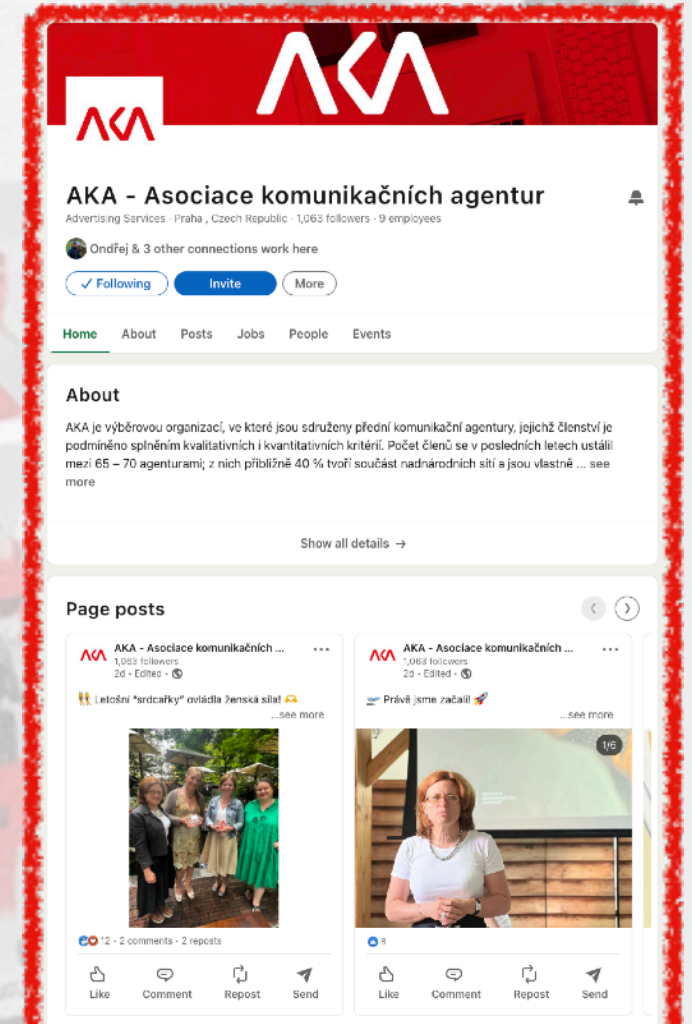
## Facebook



**Instagram** první příspěvek 30. dubna - příběhy, reels, příspěvky 3krát týdně



## LinkedIn



# Sociální sítě a dlouhodobé projekty

**Spotify** - založeno v červnu, platforma pro podAKasty

**YouTube** - obnovená platforma pro videa a podAKasty



## Kateřina Hrubešová s Robertem Haasem o transformaci agentury - podAKAst v novém - 2023/01

Published • Jun 8 • 36:41

This episode has been published and can be heard everywhere your podcast is available.

Cílem i úkolem Asociace komunikačních agentur je mimo jiné vzdělávat a otvírat nové otázky, které hýbou trhem marketingu, reklamy a komunikace. Na konci května se naše ředitelka, Kateřina Hrubešová, pustila do vod pro ni tehdy neznámých a doslova a do písmene se po hlavě vrhla na podcasty.

60

Total number of plays



**Twitter** - plánováno



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

DOMOVSKÁ STRÁNKA VIDEO PODCASTY PLAYLISTY KANÁLY INFORMACE

Nahráná videa ▶ Přeřtát vše

Kateřina Hrubešová s Robertem Haasem o... 5 zhlédnutí • před 8 dny

video EFFIE 11 zhlédnutí • před 4 lety

Vytvořené playlisty

PodAKasty  
Veřejné  
Kateřina Hrubešová s Robertem Haasem o transformaci agentury • 36:42  
ZOBRAZIT CELÝ PLAYLIST

# Pravidelné aktivity

- **Workshopy** - jednou měsíčně na aktuální téma
- **Kulaté stoly** - diskuse s odborníky na aktuální témata
- **Podcasty** - debaty a rozhovory se zajímavými lidmi v oboru na aktuální témata
- **Každoroční akce** - nAKAfe, Brand Safety, Srdcačky české reklamy

## Mimořádné akce



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# CIENAIK

# Insighters - PR agentura

## Q1: Nové vedení na iDnes, kritika vládní komunikace na Aktuálně a TikTok na Novinkách

š pohořel, za Fialy to pomalu. Stát se učí vít, inspiruje se v áanii

"Tak výrazný rozdíl se samozřejmě musí někde projevit. Při této výši investic do komunikace se vláda nemůže divit, že není schopná lidem řádně představit a vysvětlit ani dílčí změny v zákonech, natož v celospolečenských tématech, jako je inflace nebo válka na Ukrajině," říká prezidentka Asociace komunikačních agentur Petra Jankovičová. Situace pak podle ní zneužívají dezinformátoři, kteří jsou při špatné komunikaci státu schopni snadno ovlivňovat veřejné mínění.

iDNES.cz / ZPRAVODAJSTVÍ

Domácí Zahraničí Krimí Kraje Volby Ekonomika Kultura Finance Revue

Domácí

Názory MediaHub Petr Pavel NATO Volby Koronavirus Zprávy z EU Speciály

### AKA zvolila do vedení Petru Jankovičovou a Kateřinu Hrubešovou

27. ledna 2023 11:00



Na mimořádné valné hromadě Asociace komunikačních agentur (AKA) byly zvoleny do vedení této profesní asociace dvě ženy. Prezidentkou se stala Petra Jankovičová a výkonnou ředitelkou Kateřina Hrubešová. Tímto krokem završuje AKA personální změny ve vedení a je připravena na společenské a technické změny, které celý kreativní průmysl čekají.

Podle Asociace komunikačních agentur TikTok stejně jako celý digitální svět skrývá skvělý potenciál, ale také hrozbu v oblasti bezpečnosti dat. „Doporučujeme našim členům a všem zadavatelům vyhodnotit míru hrozeb spojenou s užíváním platformy TikTok jako komunikačního kanálu prostřednictvím analýzy rizik. Především je vhodné zvážit používání technologie a zamyslet se nad tím, co skrze aplikaci sdílí,“ uvedla ředitelka asociace Kateřina Hrubešová.



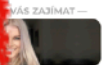
ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Insighters - PR agentura

## Q2: Hodinové sazby na MAM, kritika vládní komunikace v SZ Byznys, Zpráva o reklamě na Forbes a kritika sexismu v reklamě na MAM

### AKA: průměrné hodinové sazby agentur vzrostly o 7,3 procenta

<1 MIN. — 27. 4. 2023 15:04 — KOMUNITA, NOVINKY — AUTOR: JAKUB KRĚŠNIČKA Doporučujeme



**Hitrádia City Veronika**  
á, přichází  
čeka

37 FM z mediální  
Bohemia má  
n. Za marketing  
ryna zodpovídá  
átysová, která  
čházi z hudební  
ze Ůčko

Hlavní příčinou nárůstu sazeb je pokračující inflace cen vstupů, i tak meziroční navýšení představuje necelou polovinu celkové roční inflace.

Asociace komunikačních agentur (AKA) realizovala další každoroční průzkum hodinových sazeb v oboru. Ukázal další meziroční nárůst o 7,3 procenta. Průměrné sazby rostly ve všech oblastech, především z důvodu pokračující inflace na straně vstupů – zejména ceny práce, energií a materiálů na reklamní produkci. Ve srovnání s celkovou roční inflací, která loni v průměru činila 15,1 procenta, není tempo zvyšování ani poloviční.

„Agentury i nadále masivně investují do zlepšování kvality svých služeb, implementace nových technologií a vzdělávání pracovníků. Tyto náklady však pokrývají převážně ze svých rezerv,“ dodává Kateřina Hrubešová, ředitelka AKA.

### Odbornice tepe vládu: Řízený únik se musí umět, ať se do něj radši nepouští



SILVIE FRIEDMANNOVÁ



Forbes

PŘEDPLATNÉ

BYZNYS LIFE SPECIÁLY A ŽEBŘIČKY NÁZORY JAK BÝT LEPŠÍ WOMAN PODCASTY EVENTY PREMIUM

BREAKING NEWS

**Investice do reklamy a marketingu loni vzrostly o pět miliard na téměř 130 miliard**

Co na to odbornice

Ve svých komentářích pro MAM stylu propagace projektu Nákupy Ona Dnes Nikol Moravcovou kritizovaly i odbornice na reklamu. „Něco takového by si většina značek už nějaký čas chválabohu nedovolila, protože přeci jen má většina z nich alespoň nějakou soudnost a úroveň. Pokud ne, tak by jim to v klasických médiích neprošlo, protože většina z nich má standardy, a ještě se bojí stížností,“ říká Petra Jankovičová, prezidentka Asociace komunikačních agentur a zakladatelka agentury Triad Praha. „Video je podle mého osobního názoru nejen kreativně slabé, ale hlavně škodlivé. O to větší je paradox, že v čase, kdy velké světové lifestyle magaziny prosazují zobrazování různorodosti a reprezentaci diversity, lokální ženský magazín se podepíše pod něco takového. Lidé a média s tak velkým zásahem a vlivem by měli jednat zodpovědně.“



„Něco takového by si většina značek už nějaký čas chválabohu nedovolila, protože přeci jen má většina z nich alespoň nějakou soudnost a úroveň.“

Petra Jankovičová



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR



# CIENAIK

# Fotogalerie - AKA na sociálních sítích

Umělá inteligence - přítel nebo nepřítel

Byla to bomba



Kulatý stůl v TRIADU odstartoval náš blok o AI

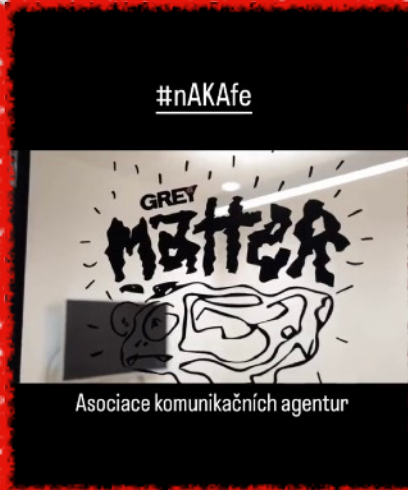


Víte, co už umí poslední verze Photoshopu?



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR

# Fotogalerie - AKA v akci



CIENAIK

# Odpolední program a další směřování AKA

- Cílem je definovat klíčové aktivity a projekty AKA na další období
- Přehled diskusních témat najdete na tabuli
- Vyberte si téma, které vás zajímá a запиšte se
- Diskutujte ve skupině cca 1 hodinu a připravte si doporučení, které skupina prezentuje ostatním
- Na základě vstupů diskuse vznikne plán činnosti



ASOCIACE  
KOMUNIKAČNÍCH  
AGENTUR