

MANUÁL

PRO DOKUMENTACI PARTNERSKÉHO PLNĚNÍ NA AKCÍCH SOKOLA



BANNER A ROLL-UP

Partnerské plnění probíhá nejčastěji formou instalace banneru 3x1m nebo roll-upu 0,8x2m. Obě varianty je potřeba umístit tak, aby byly na očích co nejvíce diváků a účastníků akce. Na řadu akcí dojíždí štáb ČT při natáčení Sokolského zpravodaje a dalších vstupů – bannery i roll-upy musí být v místech, kde štáb bude pořizovat záběry. Pokud bude organizátor nebo někdo další poskytovat pro ČT rozhovor, měl by ideálně stát tak, aby banner či roll-up byl v záběru. Také vyhlásování vítězů by mělo ideálně probíhat s bannerem nebo roll-upem v pozadí.

Pro prezentaci partnerům je klíčová fotodokumentace těchto materiálů. Vždy potřebujeme kombinaci fotografií, na kterých je celý roll-up nebo banner dobře čitelný, s fotografiemi, ze kterých je jasné, že byly na očích mnoha lidem. Nejde přitom o technickou nebo uměleckou kvalitu fotografie – pokud snímek bude mít níže popsané dokumentační kvality, může být pořízen klidně na mobil a „amatérskou rukou“.

Přikládám některé dobré a špatné příklady z proběhlých akcí:



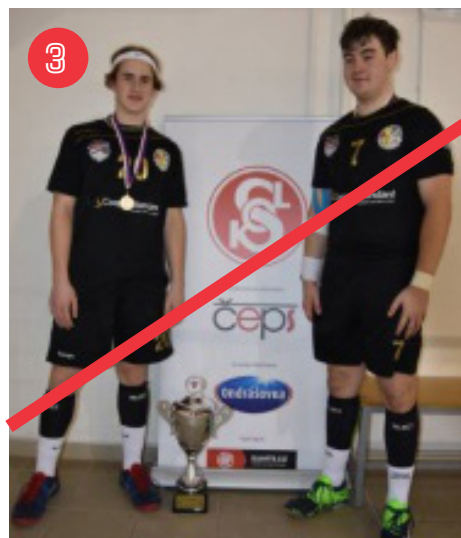
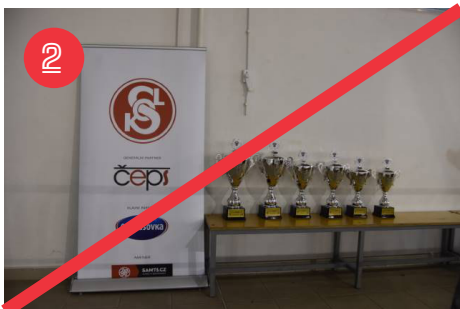
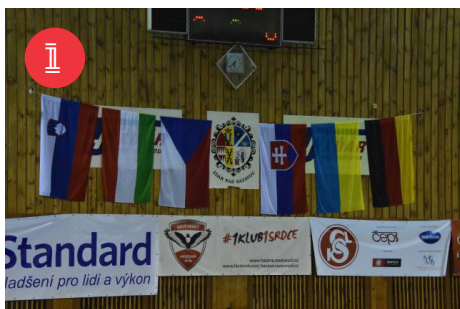
Výborné umístění bannerů na atletických závodech. Fotografie jsou ze soutěžního klání i ze slavnostního předávání. Je vidět, že žádná fotografie není aranžovaná, ale jde o momentky z průběhu akce. Partneři si našla i kamera Sokolského zpravodaje.



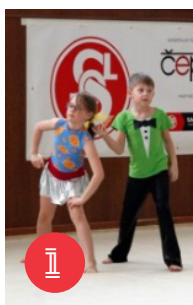
První fotka dokumentuje umístění 2 roll-upů na čelní stěně, z této vzdálenosti samozřejmě nemohou být čitelné. Druhá fotka ze stejné akce by tedy měla ukázat roll-up plně čitelný, bohužel je zcela zastíněn. Na třetí je vidět výborné umístění roll-upu při natáčení do Sokolského zpravodaje.



V zásadě výborná fotka zachycující partnery akce, probíhající klání i diváckou kulisu, na které bohužel nejsou partneři Sokola – byli umístěni někde u příchodu do haly a nebyli vůbec zdokumentováni. Jeden z partnerů na základě nedodané dokumentace již zkrátil Sokolu finanční plnění, u ostatních nás to nejspíš čeká.



Na první fotce je dobře vidět umístění na čelní stěně sokolovny. Na druhé fotce je roll-up sice dobře čitelný, ale vypadá to spíše jako někde v šatně než v hlavním sále a hlavně roll-up není úplně vytažený – schází na něm jeden a půl logotypu. To samé na třetí fotce, která působí příliš aranžovaně, trochu jako by oba mladíci byli v sokolovně sami. Úplně schází fotka s atmosférou a diváckou kulisou akce.



Na první a druhé fotce je dobrý detail z průběhu akce, který ukazuje, že banner i roll-up byly stále na očích. Na třetí fotce je sice skvělá nearanžovaná divácká atmosféra, ale bylo by lepší udělat fotku přes diváky ze zadu, aby bylo jasné, že všichni vidí pódium s partnerskou komunikací. Pokud to ovšem není technicky možné, pak takováto fotografie pro vykreslení atmosféry a návštěvnosti stačí. Lepší je ovšem fotka čtvrtá, která ukazuje publikum, vystupující i partnery.



Fotky z veletrhu ukazují dobře zaplněnost sokolské gymzóny a její atraktivitu pro návštěvníky. Není problém sadu doplnit jednou fotkou roll-upu zblízka pro jeho lepší čitelnost.

DALŠÍ MOŽNOSTI

Vždy je praktické partnery spojovat s hlavním děním, a s místem, kam je upřena hlavní pozornost, zde obrazovka za moderátory akce Sokolský sportovec roku. Na obrazovce se promítaly hlavně profily oceněných a logo akce, několikrát za večer i partneři akce. Akteři se také fotili před logostěnou, na které byli partneři uvedeni.

