

## Tisková zpráva

Praha, 25. listopadu 2015

### Komunikace CSR projektů potřebuje čas a trpělivost

**Předposlední listopadový čtvrtek uspořádala v Praze platforma Business Leaders Forum spolu s PR.Konektorem a Českou spořitelnou diskusní setkání zástupců odpovědných firem a médií nad současnými trendy v komunikaci CSR. Účastníci se rozešli s vědomím, že firmám se vyplatí napřít úsilí ke komunikaci jednoho tématu z portfolia svých projektů, komunikovat prostřednictvím sociálních sítí a udělat si čas na setkávání s novináři.**

Většina firem se aktivně věnuje podpoře dobrých věcí, a to ve své společenské odpovědnosti (tzv. CSR). Podle letošního průzkumu společnosti NMS Market Research je to úctyhodných 70 % firem, více než polovina společností pojímá navíc své CSR strategicky a komplexně. Z průzkumu, jehož výsledky na setkání prezentoval Kamil Kunc jako příklady dobré praxe komunikace společensky odpovědných témat představeny, ale také vyplývá, že by firmy velmi rády změnily způsob, jak se o jejich aktivitách dozvídá veřejnost. Uvědomují si, že tradiční kanály komunikace jako tiskové zprávy a tiskové konference už tolik nefungují. Navíc se obávají, že média dobré zprávy nezajímají.

“Není pravda, že by noviny prodávaly špatné zprávy,” vyvracel na setkání zavedený mýtus Robert Čásenský, šéfredaktor magazínu Reportér. “Naopak, pozitivní zprávy táhnou. Daleko hůř se ale píší, aby nepůsobily jako reklama. Aby média o vašich projektech informovala, musíte prostě někoho z redakce nadchnout,” podotýká Čásenský.

Potřebu osobního jednání s novináři vnímají i firmy a neziskovky, narážejí však na nedostatečnou personální kapacitu, což potvrdil také citovaný průzkum. Respondenti uváděli potřebu více lidí nejen na komunikaci, ale i na realizaci svých projektů.

Rudolf Kvíz z Konektoru Social vnímá, že firmy nevyužívají dostatečně sociální sítě, přestože záměr věnovat se jim deklaruje v průzkumu 70 % respondentů. “Všichni si navíc myslí, že je spasí virální video. Dobré video je samozřejmě skvělá věc, ale v praxi to s virálním šířením není tak jednoduché,” upozorňuje Kvíz. Společnostem tak doporučuje, aby si zvolily jedno téma, to co nejvíce “polidštili” a hlavně se mu dlouhodobě a konzistentně věnovali. “Trpělivost se vám vyplatí, časem si lidé promovaný projekt s vaší značkou spojí,” říká Kvíz.

*Pro další informace prosím kontaktujte:*

**Kristýna Havligerová**

**Marie Mališková**

**Ing. Vladimíra Bendová**

Tisková mluvčí ČS  
E-mail: tiskove\_centrum@csas.cz

CSR Consultant  
marie.maliskova@prkonektor.cz

Director for Bohemia  
Business Leaders Forum  
Creative Gate, Jindřišská 5, Praha 1

PR.Konektor  
náměstí Republiky 1081/7  
110 00 Praha 1  
www.prkonektor.cz

e-mail: bendova@blf.cz  
www.blf.cz

