

Seznam příloh

Příloha č. 1: Ukázka instagramového příspěvku (snímek obrazovky)

Příloha č. 2: Facebookový příspěvek restaurace Eska (snímek obrazovky)

Příloha č. 3: Rozhovor s vedoucí komunikace společnosti Ambiente Restaurants Šárkou Hamanovou (transkripce)

Příloha č. 4: Otázky dotazníkového šetření (seznam otázek)

Příloha č. 5: Kdo jsou čtenáři blogu Jídlo a radost? (graf)

Příloha č. 6: Kde pracují čtenáři blogu Jídlo a radost? (graf)

Příloha č. 7: Jak často navštěvují čtenáři blog Jídlo a radost? (graf)

Příloha č. 8: Jaká témata nejvíce zajímají čtenáře blogu Jídlo a radost? (graf)

Příloha č. 9: Funguje blog Jídlo a radost jako primární zdroj informací o gastronomii? (graf)

Příloha č. 10: Kde čtenáři blogu Jídlo a radost četli o vyhlášení letošních cen Michelin? (graf)

Příloha č. 11: Vědí čtenáři, že blog Jídlo a radost provozuje společnost Ambiente Restaurants? (graf)

Příloha č. 12: Jaké informace nejvíce zajímají čtenáře blogu Jídlo a radost? (graf)

Příloha č. 13: Jaké informace nejvíce zajímají čtenáře blogu Jídlo a radost? II (graf)

Příloha č. 14: Jaká je nejoblíbenější rubrika čtenářů blogu Jídlo a radost? (graf)

Příloha č. 15: Jaký žánr nejraději čtou čtenáři blogu Jídlo a radost? (graf)

Příloha č. 16: Považují čtenáři blogu Jídlo a radost informace za důvěryhodné? (graf)

Příloha č. 17: Považují čtenáři blogu Jídlo a radost informace za důvěryhodné? II (graf)

Příloha č. 18: Jak čtenáři vnímají blog Jídlo a radost? (graf)

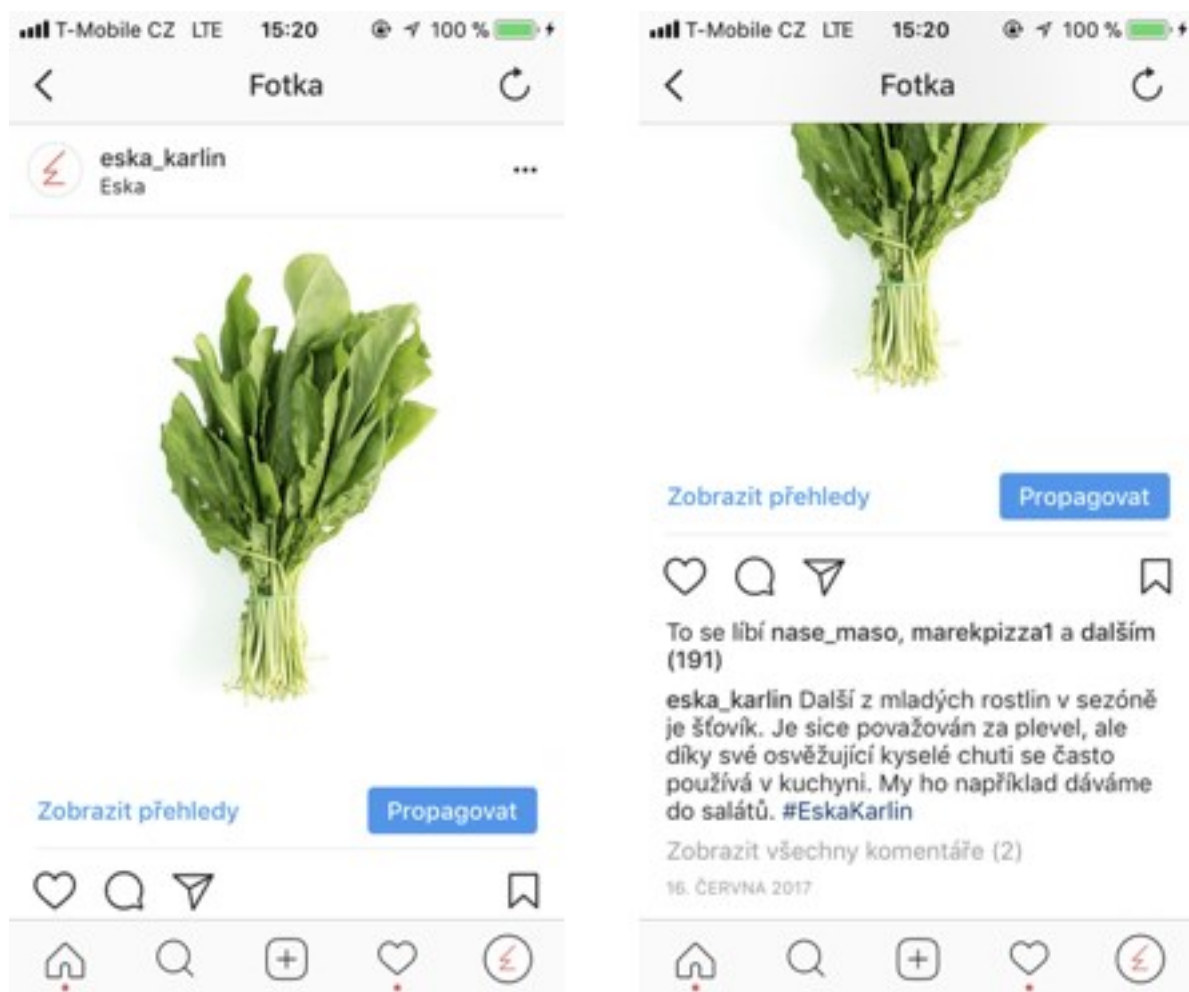
Příloha č. 19: Jak čtenáři vnímají blog Jídlo a radost? II (graf)

Příloha č. 20: Komunikace gastronomických podniků v ČR – specifikace na Ambiente Restaurants: Znáte blog Jídlo a radost? Víte, že je to propagační nástroj Ambiente restaurací? A vadí vám to? (graf)

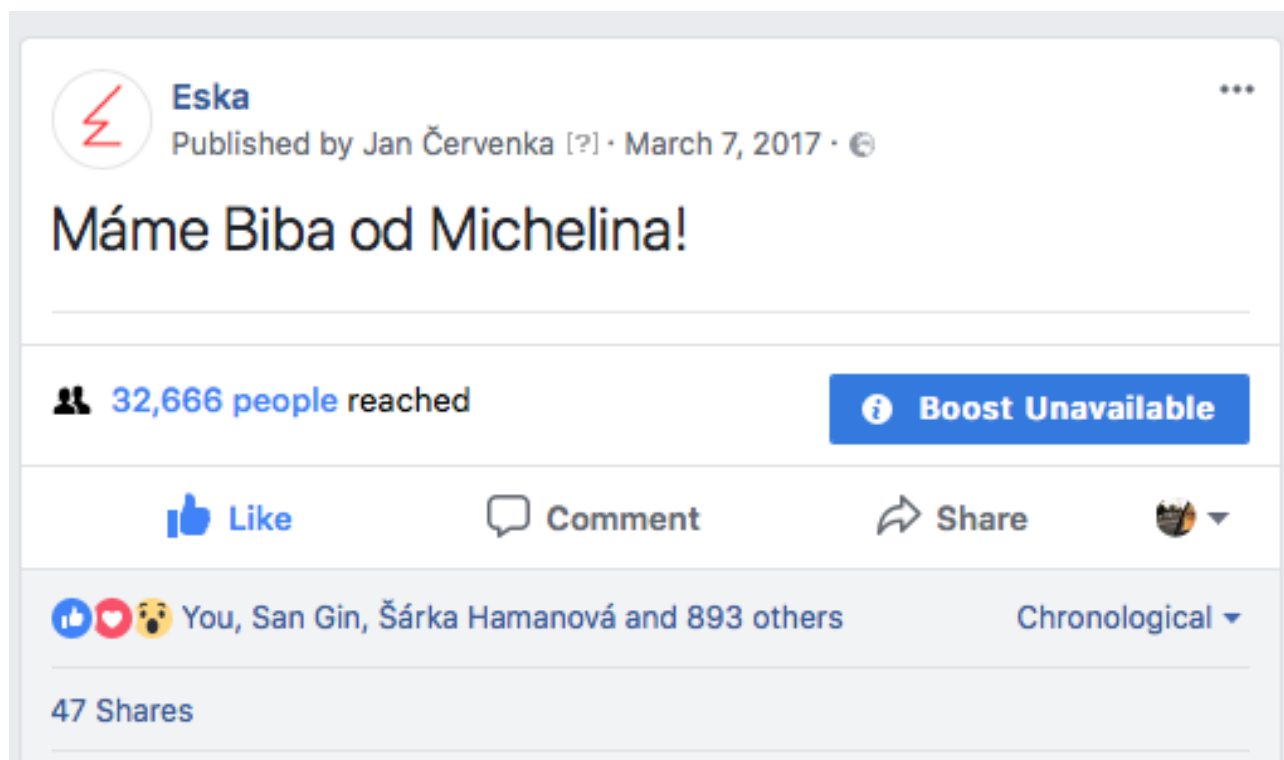
Příloha č. 21: Počet žurnalistických žárnů na blogu Jídlo a radost (tabulka)

Přílohy

Příloha č. 1: Ukázka instagramového příspěvku (snímek obrazovky)



Příloha č. 2: Facebookový příspěvek restaurace Eska (snímek obrazovky)



The image is a screenshot of a Facebook post from the restaurant 'Eska'. The post is titled 'Máme Biba od Michelina!' and was published by Jan Červenka on March 7, 2017. It shows 32,666 people reached and 47 shares. The post includes interaction buttons for Like, Comment, and Share, and a 'Boost Unavailable' button. The post is sorted chronologically and is liked by the user and 893 others.

Eska
Published by Jan Červenka [?] · March 7, 2017 · 🌐

Máme Biba od Michelina!

👤 32,666 people reached Boost Unavailable

👍 Like 💬 Comment ➦ Share 🗨️

👤👤👤 You, San Gin, Šárka Hamanová and 893 others Chronological ▾

47 Shares

Příloha č. 3: Rozhovor s vedoucí komunikace společnosti Ambiente Restaurants Šárkou Hamanovou (transkripce)

Proč blog Jídlo a radost vznikl?

První nápad na vznik blogu přinesla do Ambiente agentura, která s námi chtěla spolupracovat. Jejich argumenty, proč ho mít, nebyly příliš dobré – tvrdili hlavně, že blogy už mají všichni, a proto bychom ho měli mít taky. Zadali jsme jim proto vypracování tří článků, abychom měli představu o tom, jaké texty by blog obsahoval.

Jak to dopadlo?

Texty byly velmi amatérské, napsané od stolu, bez znalosti prostředí a odborných informací. Právě tyto nepovedené texty mě inspirovaly – uvědomila jsem si, že máme obrovské know-how a spoustu lidí, kteří by byli schopni know-how přinášet.

Zároveň jsme se začali víc věnovat sociálním sítím, zejména Facebooku, a bojovali jsme s tím, že potřebujeme víc prostoru na komunikaci některých našich témat. Mohli jsme využívat PR a klasická média, ale jelikož náš marketing spravuje přes 20 značek, jsme si vědomi toho, že ne všechna témata, která bychom chtěli nastolovat, mohou média otisknout. Rozhodli jsme se proto sestavit si vlastní médium, kde budeme komunikovat vše, co potřebujeme, obsah budeme sdílet na sociálních sítích a do určité míry bude zdrojem informací pro novináře a foodies.

Pro koho byl blog původně určený?

Při plánování jsme mysleli především na hosty. Chtěli jsme jim ukazovat farmáře, kteří s námi spolupracují, a postupy, jak vaříme jídla, která jim servírujeme. Okrajově jsme mysleli na HR marketing – chtěli jsme ukazovat prostředí, ve kterém pracujeme, abychom přilákali nové zaměstnance. Při mapování konkurence jsme zjistili, že žádný obdobný web v češtině neexistuje – většina blogů je zaměřena na domácí vaření. Jedinou konkurencí byl Magazín Storyous, jehož redaktoři ale byli odkázáni na informace z restaurací, které oslovili – naší konkurenční výhodou bylo to, že jsme byli přímo u zdroje a odborníci z našich podniků chtěli na náš web přispívat.

Proč jste opustili od zaměření na hosty?

Jednak gastronomií začala cloumat personální krize a jednak jsme zjistili, že nás mnohem víc čtou odborníci v gastronomii než naši hosté. Svoji nečekanou roli tu sehrálo i konkurenční prostředí v rámci marketingového oddělení. Pro správce tehdejších sociálních sítí Ambiente byl sdílený obsah z webu mnohem méně zajímavý, protože měl menší dosah a došlo tak k založení

facebookového profilu Jídlo a radost. Ten přiváděl hlavní traffic uživatelů a jelikož jeho fanoušky se stali především profesionálové v gastronomii, články určené jim, měly mnohem větší čtenost.

Zlomovými texty byl lednový rozhovor s Kateřinou Phillips, manažerkou z La Degustation Boheme Bourgeoise, a jarní článek s názvem „Je kuchař stresové povolání?“. Vyšly cca půl roku po spuštění blogu a dosáhly rekordních čísel – článek o stresu kuchařů si doteď přečetlo asi 70 tisíc lidí. Právě úspěch těchto odborně zaměřených textů nás motivoval k tomu, abychom se odklonili od běžných témat, o kterých se dá na českém internetu přečíst všechno možné, a soustředit se na kvalitní informace od profesionálů.

Proč to děláte?

Jednou z vizí našeho majitele Tomáše Karpíška je kultivace české gastronomie. Chtěl by z Prahy vybudovat město, kam budou lidé jezdit na jídlem, stejně jako se jezdí třeba do Kodaně. Podporuje proto všechno, co s tím souvisí – vzdělává kuchaře a číšníky, bere je na zahraniční inspirační cesty, platí jim stáže... Základním předpokladem toho, aby mohla být vize naplněna, je dostatek kvalitního personálu nejen v Ambiente, ale i mimo něj. Na blogu proto ukazujeme, co všechno je možné, jak to chodí ve světě i co se daří zavádět v Česku. Poukazujeme na dobré příklady a ukazujeme způsoby, jak gastronomii zlepšovat.

Co z toho máte?

Pomáhá nám to s náborem a s budováním značky. Díky článkům, které se věnují všem aspektům našeho podnikání, necháváme čtenáře nakouknout pod pokličky. Stávajícím zaměstnancům to připomíná, kde pracují a potenciálním ukazuje všechny stránky práce u nás. Samozřejmě v těchto textům můžeme velmi snadno přidat proklik nebo banner s inzercí vedoucí na náborové stránky.

Jak obsah plánujete?

Tvorba redakčního plánu se odvíjí od komunikačních témat. Například teď na jaro jsme si stanovili podporu masových konceptů – nové restaurace Kantýna, e-obchodu Našeho masa a velkododavatele Amaso. Při redakční poradě společně vymyslíme témata, která danou problematiku podpoří. Vždy se soustředíme, aby informace byly odborné a přínosné pro naši cílovou skupinu. Témata se snažíme rozebrat co nejpodrobněji, abychom se jim mohli věnovat opravdu důkladně a zároveň si obsah rychle nevyčerпали.

Jde vlastně o opačný postup, než to bývá v lifestylových časopisech. Tam inzertní oddělení zjistí, jaký je publikační plán a podle něj oslovuje inzerenty. My máme inzerci dopředu danou a na ni vymýšlíme obsah.

Jaký je pak konkrétní postup?

Jednotlivé texty si rozdělí redaktorky. Společně se domluví na respondentech z Ambiente, které při přípravě článku osloví. Hotový text odevzdává redaktorka editorce, prochází kontrolou u mne jako šéfredaktorky a jde do rukou správci. Správce podle předem připraveného plánu texty publikuje ve frekvenci 4–5 textů týdně.

Nahodile?

Nikoliv. Řazení článků za sebou podléhá určité logice – například by neměly jít za sebou dva rozhovory, lehčí lifestylový seznam střídá odbornější článek, není také žádoucí příliš mnoho textů o Ambiente za sebou. Dramaturgie není nikde sepsaná, je to spíš o mém pocitu.

Řešíte i žánry?

Určitě! Některá témata vyniknout lépe ve formě seznamů, jiným více sluší rozhovor. Když budeme psát o nešvarech v kuchyni, samozřejmě můžeme sáhnout po jakémkoliv žánru, ale vždy se to bude odvíjet o obsahu, který máme k dispozici. Pokud budeme mít experta na nešvary, rodilého vypravěče, bude skvělé udělat rozhovor. V případě, že budeme mít z odborných zdrojů spoustu neprůstředných argumentů, proč se mají kuchaři v kuchyni chovat určitým způsobem, použijeme odborný text. Ale v tomto případě nejlíp vyzní seznam. Dokonce máme zkušenost, že tento druh informací visí v kuchyních na nástěnce – a ve formě rozhovoru nebo textu by se tam nikdy nedostal.

Co titulky?

To je u obsahu na internetu specifická disciplína. Máme zkušenost, že titulky z našich printů nefungují na internetu a naopak (samozřejmě s výjimkou extra dobrých nápadů). Webové titulky musí být kratší, údernější, ideálně s bulvárním nádechem, aby donutily čtenáře kliknout. Stejnou roli má i fotka – podle našich zkušeností na Jídlo a radost nefungují ilustrace a příliš stylizované fotky – zkrátka i fotka musí oslovit cílovou skupinu.

Kolik vás obsah tvoří?

Počet lidí se pohybuje mezi 6–10. Šéfredaktorka, stálé redaktorky Klára, Anit, Tereza, příležitostní přispěvatelé, editorka a správce.

Příloha č. 4: Otázky dotazníkového šetření (seznam otázek)

1. Jsem...

- *Profesionál v gastronomii (kuchař, číšník, barista...).*
- *Foodie*
- *Jiné. Doplňte: _____*

2. Pracuji...

- *Ve společnosti Ambiente Restaurants*
- *V jiné restauraci*
- *Jinde*

3. Blog Jídlo a radost navštěvuji:

- *Denně*
- *Několikrát týdně*
- *Alespoň 1 měsíčně*

4. Z témat na blogu Jídlo a radost mě nejvíce zajímají:

- *Články z kuchyně*
- *Články z placu*
- *Rozhovory s lidmi z Ambiente Restaurants*
- *Rozhovory s jinými lidmi*
- *Novinky ze světa gastronomie*
- *Recepty*
- *Sekaná*
- *Jiné. Doplňte: _____*

5. Blog Jídlo a radost je můj primární zdroj informací o gastronomii.

- *Ano*
- *Ne*

6. Kromě blogu Jídlo a radost čtu o gastronomii i v jiných médiích.

- *Ano. Napište v jakých.*
- *Ne*

7. O vyhlášení letošních cen Michelin jsem četl na...

- *Blogu Jídlo a radost*
- *Jinde*
- *Nepamatuji si*
- *O cenách Michelin jsem nikde nečetl.*

8. Víím, že blog Jídlo a radost provozuje společnost Ambiente Restaurants.

- *Ano.*
- *Ne.*

U otázky číslo 9 jsem použil dotazníkovou škálu s předem definovanými možnostmi: velmi mě to zajímá, trochu mě to zajímá, moc mě to nezajímá a vůbec mě to nezajímá.

9. Nejvíce mě na blogu Jídlo a radost zajímají:

- Informace o společnosti Ambiente Restaurants
- Informace o české gastronomii
- Informace o světové gastronomii

10. Jaká je vaše nejoblíbenější rubrika na blogu Jídlo a radost?

- Kuchyně
- Lidé
- Pití
- Plac
- Podniky
- Radost
- Recepty
- Sekaná
- Trendy

11. Nejraději na blogu Jídlo a radost čtu:

- Rozhovory
- Reportáže
- Seznamy (např. 4 základní typy kuchařů apod.)
- Zprávy
- Odborné články
- Jiné

U otázek číslo 12 a 13 jsem použil sémantický diferenciál, tedy formu otázky, která je podobná škále. Respondent označuje svoji odpověď na dvojpólní škále 1 – 10.

12. Informace na blogu Jídlo a radost považuji za:

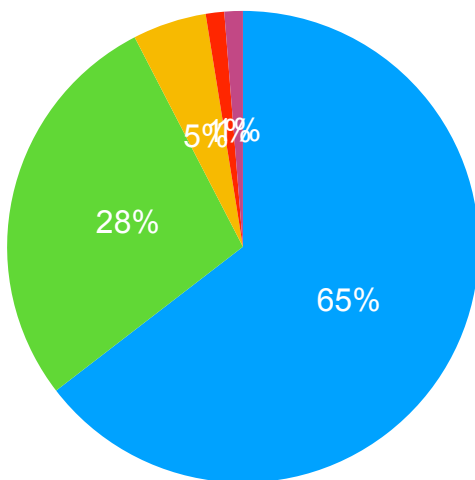
- 1 – nedůvěryhodné
- 10 – důvěryhodné

13. Blog Jídlo a radost vnímám jako:

- 1 – marketingový nástroj
- 10 – lifestyleový blog

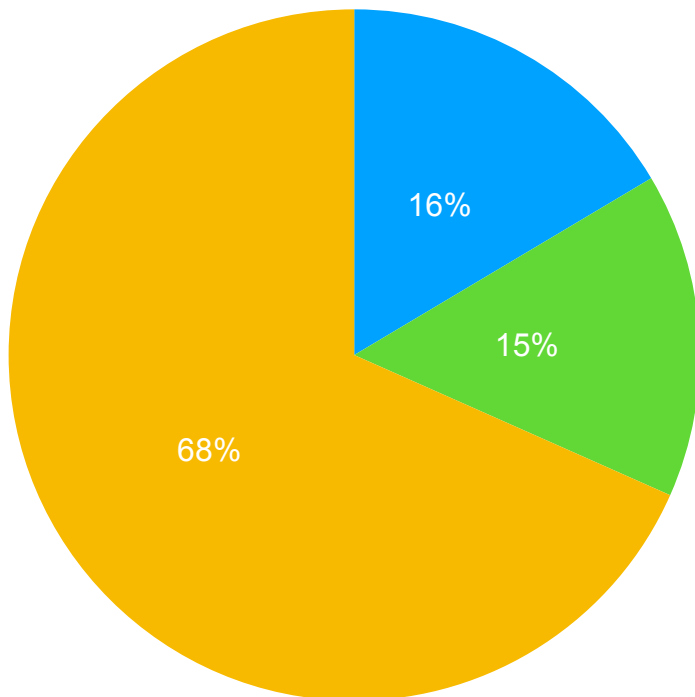
Příloha č. 5: Kdo jsou čtenáři blogu Jídlo a radost? (graf)

■ Foodie ■ Profesionál v gastronomii ■ Gastronomvinář ■ „Marketák“ ■ Student



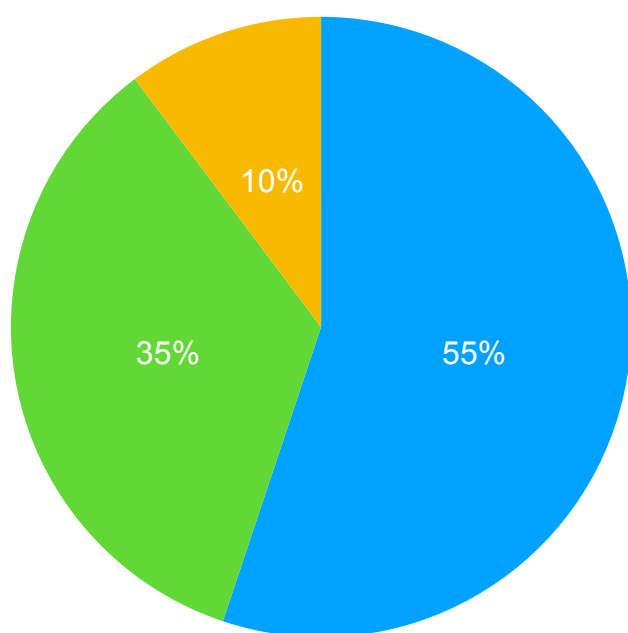
Příloha č. 6: Kde pracují čtenáři blogu Jídlo a radost? (graf)

■ Ambiente Restaurants ■ Jiná restaurace ■ Jinde

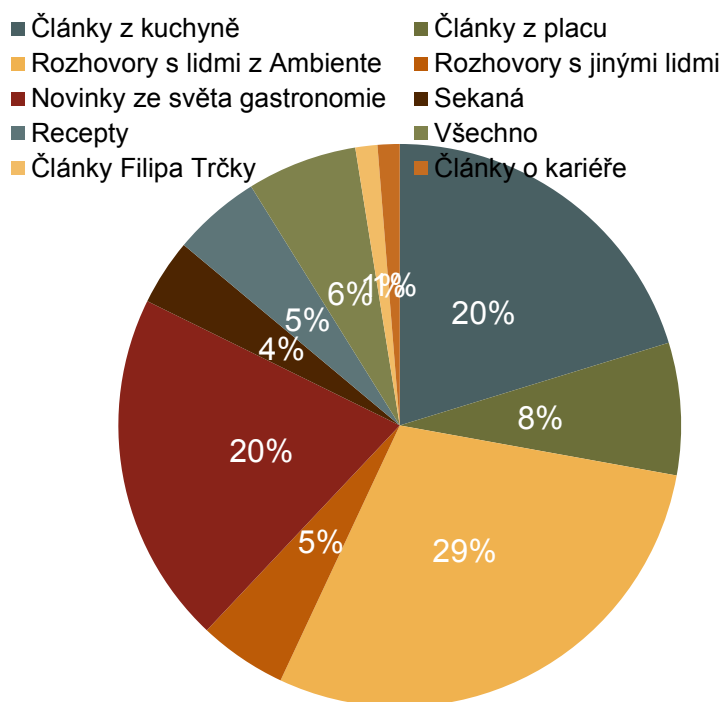


Příloha č. 7: Jak často navštěvují čtenáři blog Jídlo a radost? (graf)

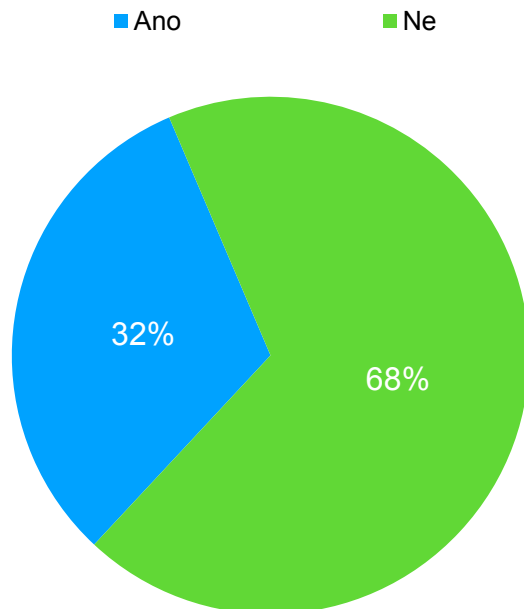
■ Několikrát týdně ■ Aspoň 1x měsíčně ■ Denně



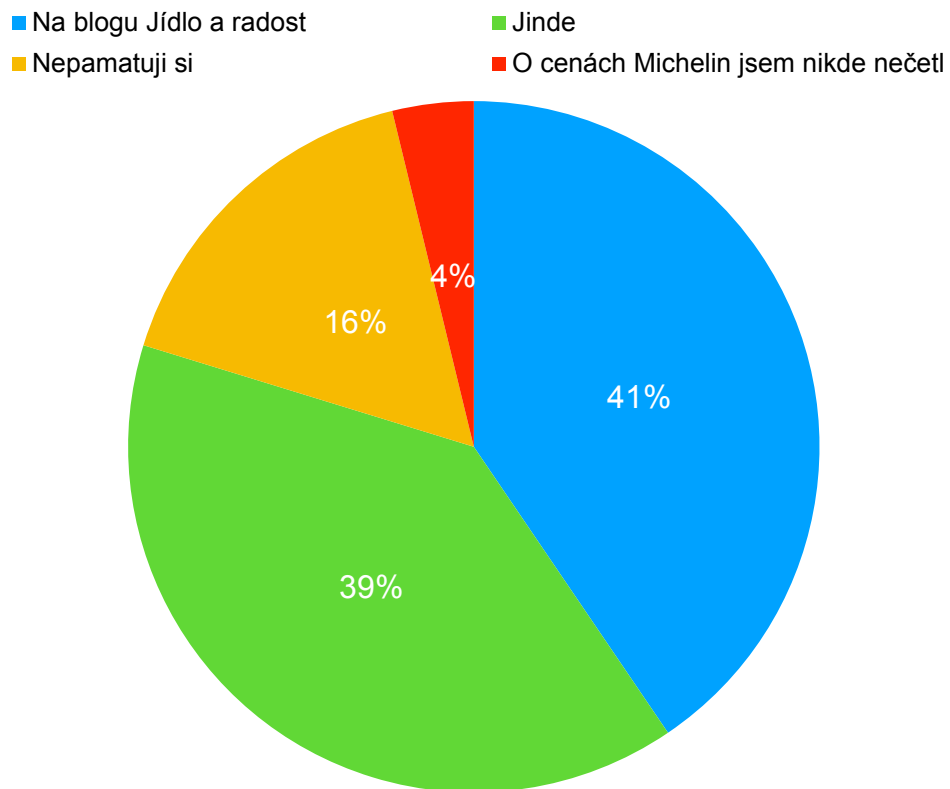
Příloha č. 8: Jaká témata nejvíce zajímají čtenáře blogu Jídlo a radost? (graf)



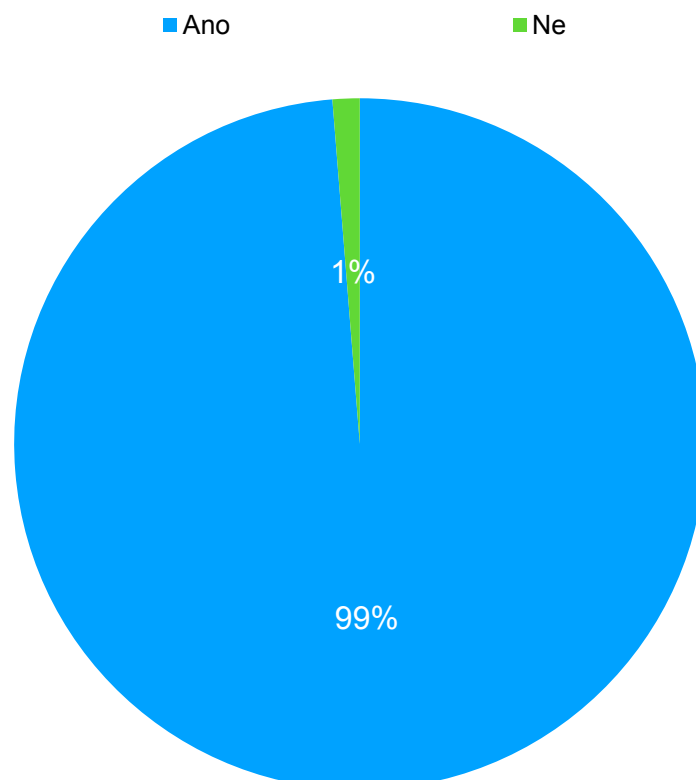
Příloha č. 9: Funguje blog Jídlo a radost jako primární zdroj informací o gastronomii?



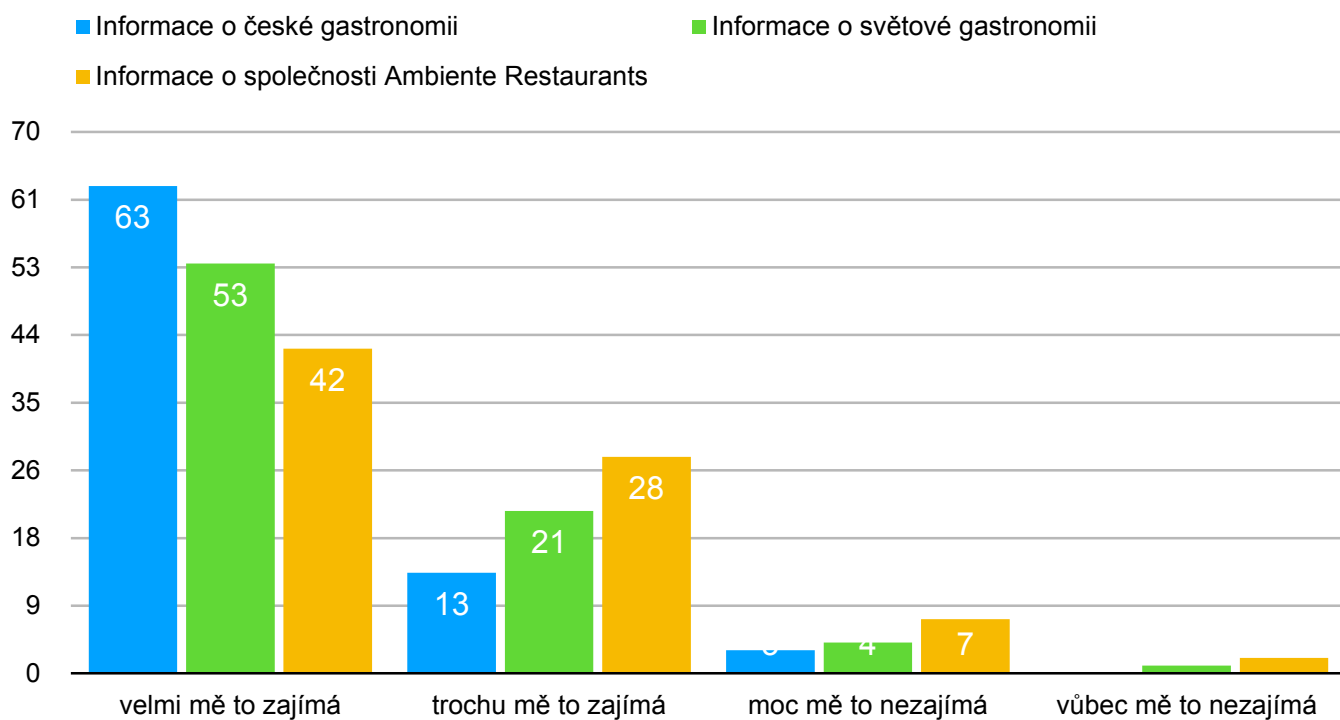
Příloha č. 10: Kde čtenáři blogu Jídlo a radost četli o vyhlášení letošních cen Michelin? (graf)



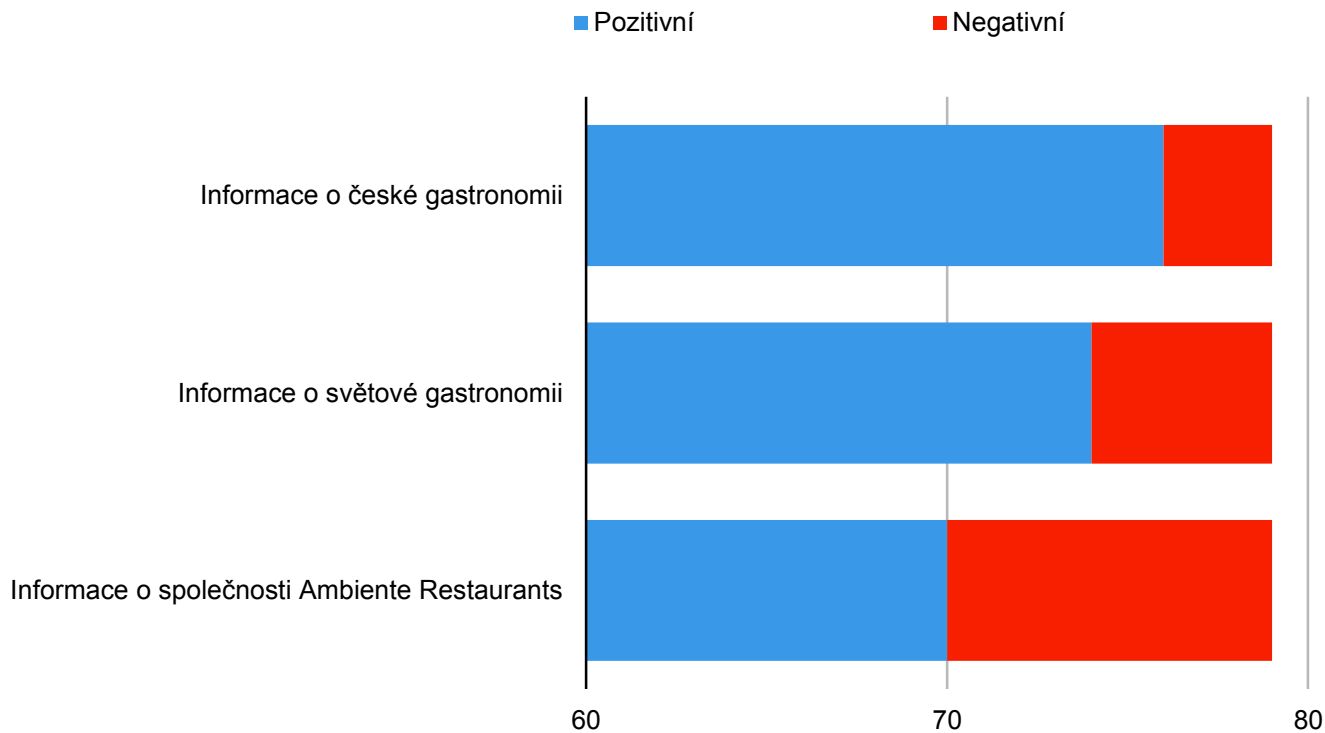
Příloha č. 11: Vědí čtenáři, že blog Jídlo a radost provozuje společnost Ambiente Restaurants? (graf)



Příloha č. 12: Jaké informace nejvíce zajímají čtenáře blogu Jídlo a radost? (graf)

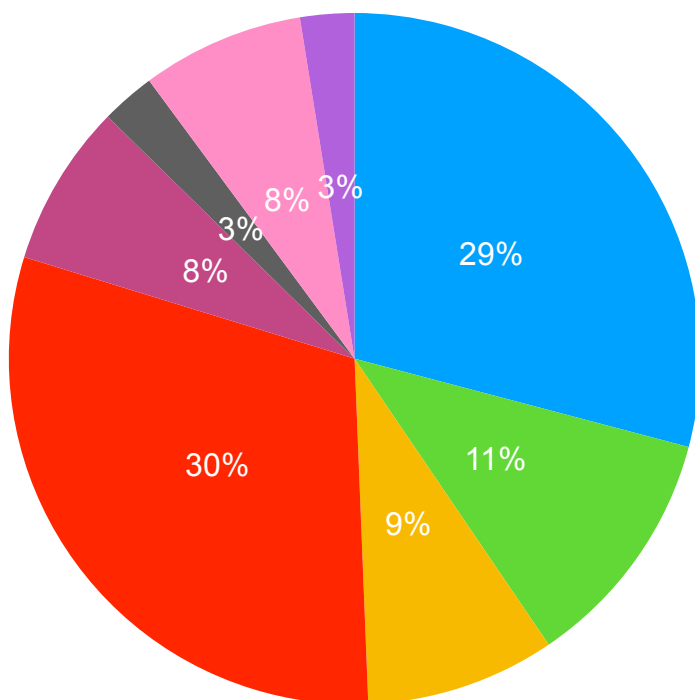


Příloha č. 13: Jaké informace nejvíce zajímají čtenáře blogu Jídlo a radost? II (graf)



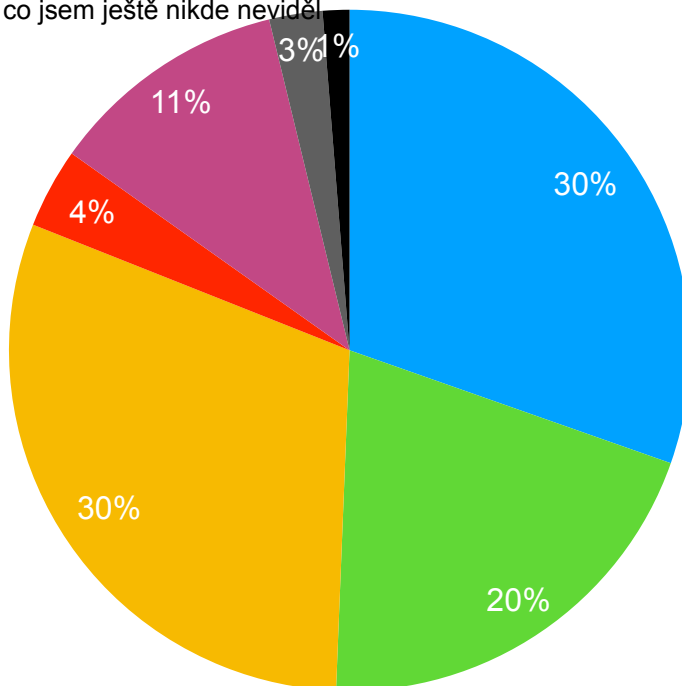
Příloha č. 14: Jaká je nejoblíbenější rubrika čtenářů blogu Jídlo a radost? (graf)

■ Kuchyně ■ Trendy ■ Plac ■ Lidé ■ Sekaná ■ Radost ■ Podniky ■ Recepty

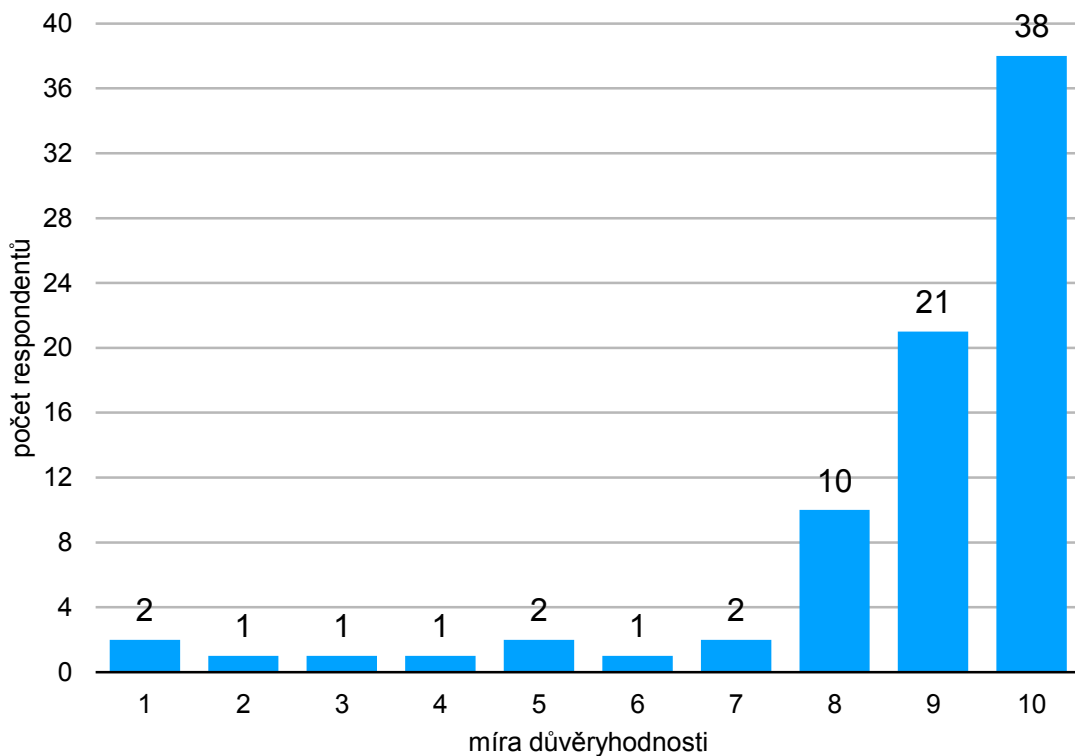


Příloha č. 15: Jaký žánr nejraději čtou čtenáři blogu Jídlo a radost? (graf)

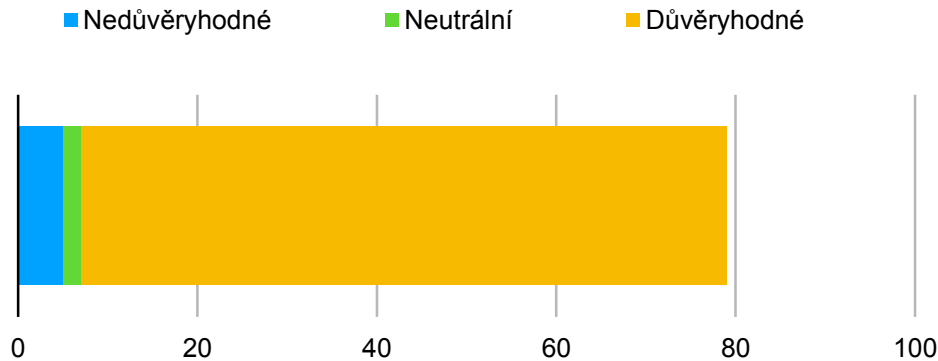
■ Rozhovory ■ Reportáže
 ■ Listicly ■ Zprávy
 ■ Odborné články ■ Vše
 ■ Něco, co jsem ještě nikde neviděl



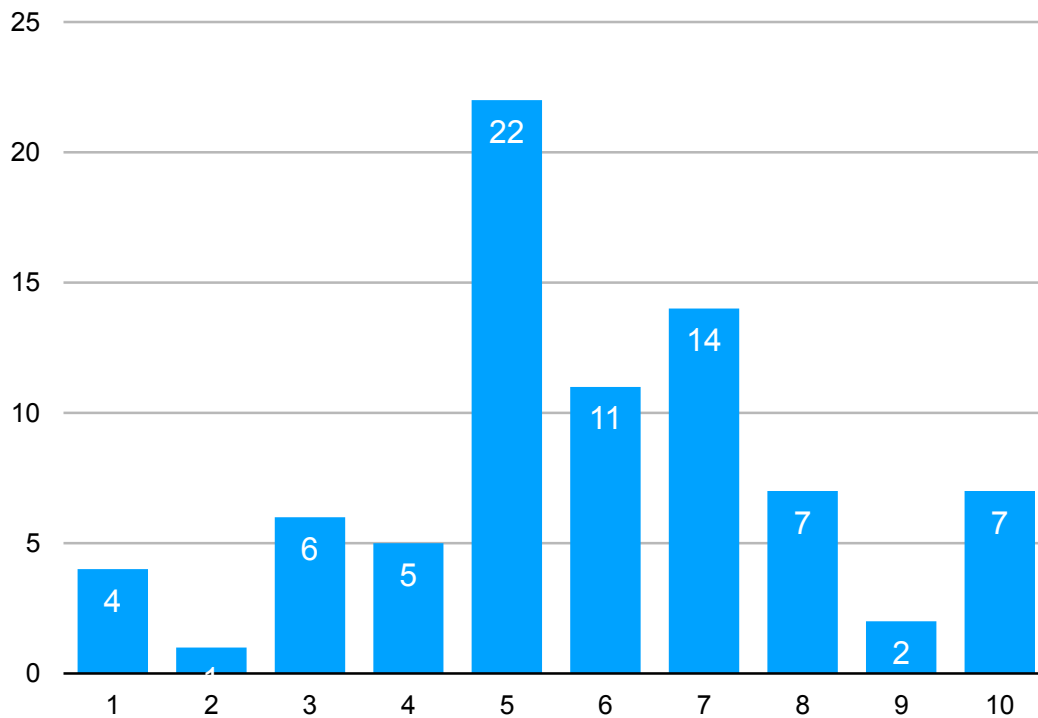
Příloha č. 16: Považují čtenáři blogu Jídlo a radost informace za důvěryhodné? (graf)



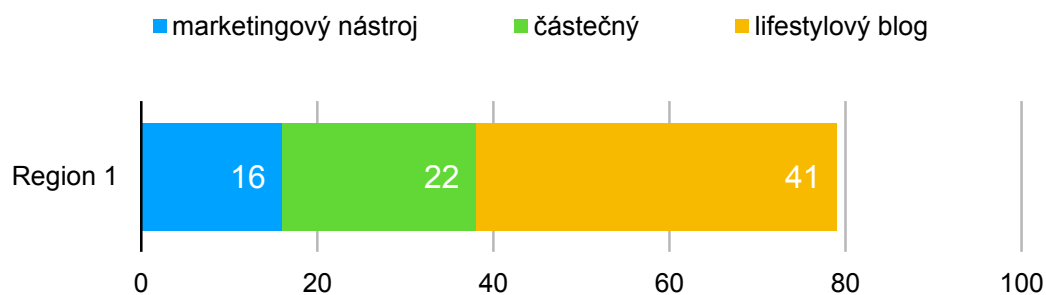
Příloha č. 17: Považují čtenáři blogu Jídlo a radost informace za důvěryhodné? II (graf)



Příloha č. 18: Jak čtenáři vnímají blog Jídlo a radost? (graf)

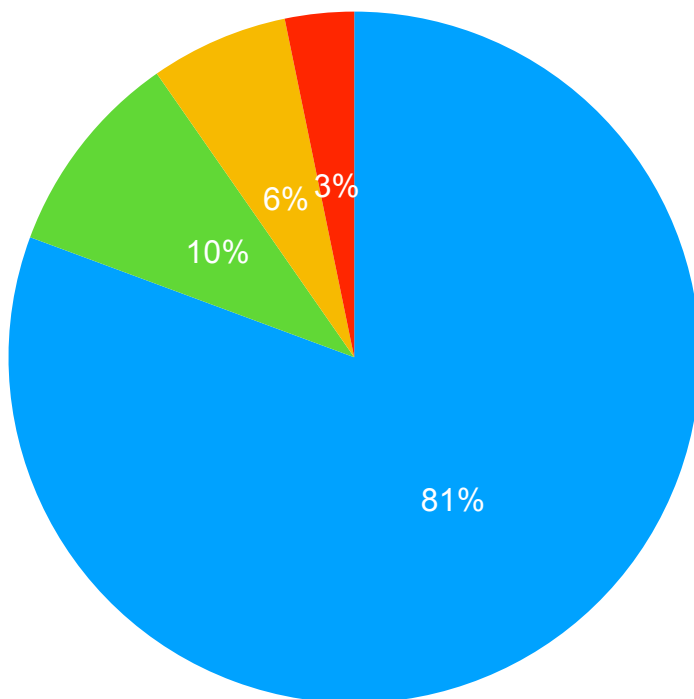


Příloha č. 19: Jak čtenáři vnímají blog Jídlo a radost? II (graf)



**Příloha č. 20: Komunikace gastronomických podniků v ČR – specifikace na Ambiente
Restaurants: Znáte blog Jídlo a radost? Víte, že je to propagační nástroj Ambiente
restaurací? A vadí vám to? (graf)**

- Ano vím a nevadí mi to
- Ano vím a je mi to jedno
- Ne nevím, ale vadilo by mi to
- Nevím a nevadí mi to



Příloha č. 21: Počet žurnalistických žánrů na blogu Jídlo a radost (tabulka)

Tabulka č. 1

Rozhovor	25
Článek	20
Listicle	20
Sekaná	14
Reportáž	7
Recept	6
Návod	5
Zpráva	4
Komentář	4
Tisková zpráva	3
Sloupek	2
Recenze	2