



Plánování projektu

Michal Lukeš

Eva Ruferová

Kristina Kvapilová



Proč po nastavení
cílů projektu jako
jednu z prvních věcí
řešíme kreativitu?

Jsem v koncích?

- Nemůžeme se hnout z místa...
- Ztrácíme se v tom...
- Co člověk to názor...
- Co nám to kreativec zvláštním jazykem říkal ?

To nemůže fungovat!

Jak to uchopit?



Nikoliv!

Většina projektů v kultuře vychází z nápadů a kreativity... nevyrábíme ložiska...

Na první pohled to vypadá snadno, ale vymyšlení ideje je náročná etapa tvůrčího projektu

Vymyslet zajímavý a funkční koncept se vždy nepodaří

Někdy vznikne náhodou, někdy až v průběhu realizace

Zda to funguje prověří až praxe



Ukázka spotů k výstavě Republika





A photograph of a museum hall. In the foreground, a large, dark, semi-circular display case is partially visible. Behind it, a giraffe skeleton is suspended from the ceiling. To the left, a tall display case contains text and numbers, including 'Ovládnutí země', 'Conquer the world', '100 km/h', and '105 km/h'. The floor is made of light-colored wood in a herringbone pattern. The ceiling is ornate with a repeating geometric pattern.

Jde to dělat i jinak?

Rozhodně!

- Přesně opačně – můžete si postavit celý projekt a na závěr zahrnout kreativce
- Limitujete, ale možnosti a nápady
- Složitěji se sestavuje harmonogram, nemůžete zadávat výrobu jednotlivých produktů



The background of the slide features a photograph of a highly ornate, vaulted ceiling, likely from a historical building or museum. The ceiling is decorated with intricate patterns, frescoes, and golden accents. Large, ornate chandeliers with multiple light bulbs are visible on the sides. The overall atmosphere is one of grandeur and historical significance.

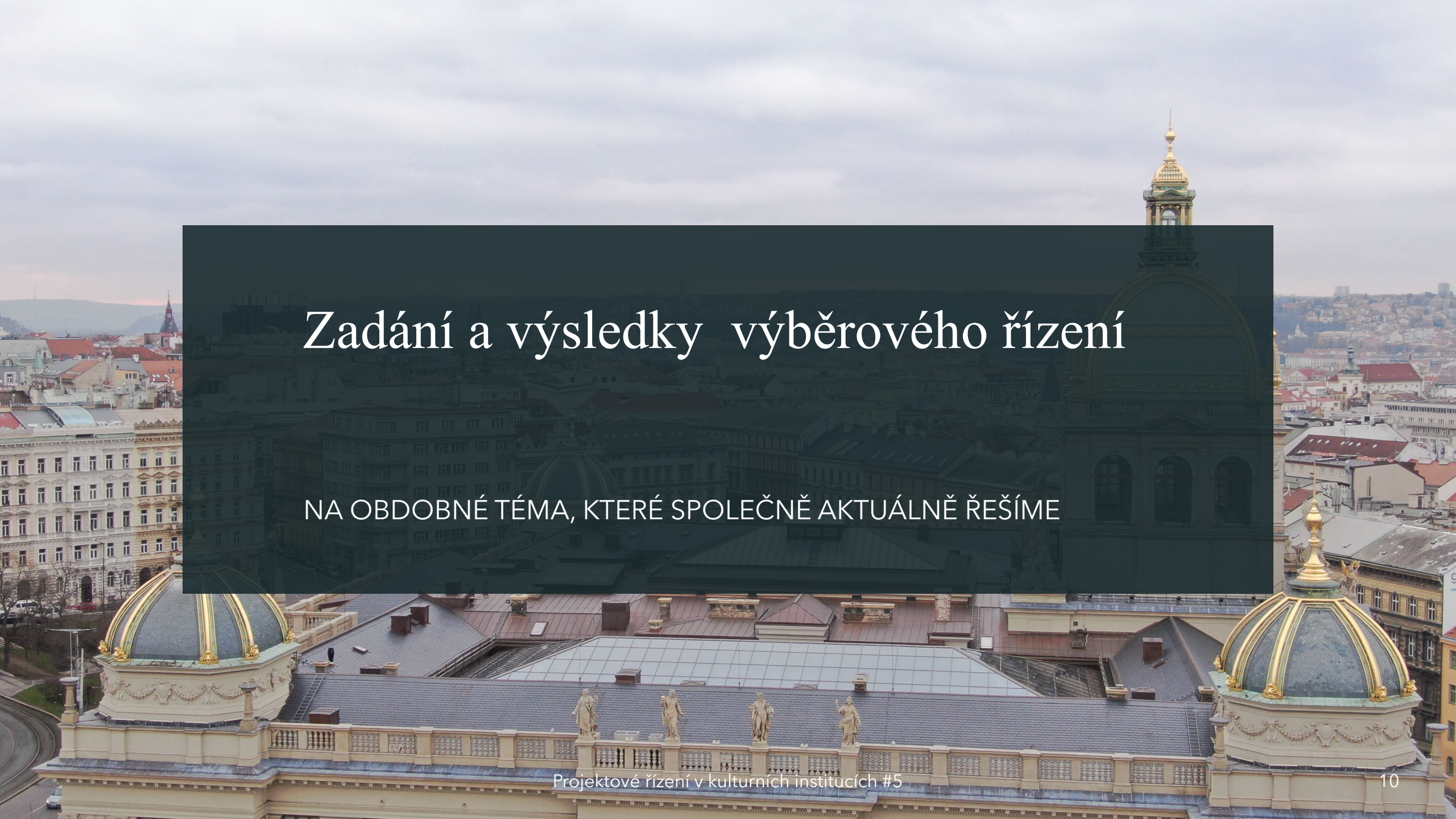
Jak můžeme kreativitu vytvořit

INTERNĚ - POKUD MÁTE KAPACITU

- Flexibilněji můžeme upravovat zadání i výstupy
- Máme vše pod kontrolou
- Můžeme mít ale taky klapky na očích a chybí nám nadhled a nové nápady
- Nejsme odvážní

EXTERNĚ

- Je třeba jasně a srozumitelně předat zadání
- Obvykle nutné vypsát veřejnou zakázku, nemáte úplnou možnost výběru
- Malé zakázky nejsou pro velké agentury zajímavé



Zadání a výsledky výběrového řízení

NA OBDOBNÉ TÉMA, KTERÉ SPOLEČNĚ AKTUÁLNĚ ŘEŠÍME

Brief

CO TO JE A PROČ JE TO TAK TĚŽKÉ

- Předání uceleného zadání
- Nesmí být moc dlouhý a složitý - pak jej nebude kreativec moct uchopit
- Ani moc stručný a obecný
→ to bychom se pravděpodobně minuli

80%
of marketers
think they're
good at
writing briefs

Only
10%
of agencies
agree

Zadání kreativního řešení kampaně Národního muzea

Background:

NM chce propagovat skutečnost, že nabízí kvalitní edukativní využití volného času každému bez rozdílu zájmů či věku. Chceme ukázat Národní muzeum jako moderní instituci se smyslem pro humor a dávkou odvahy. Přejeme si vytvořit kvalitní opakovatelnou kampaň, která bude mít šanci získat ocenění v mezinárodních soutěžích.

- V muzejním komplexu je možné navštívit nově otevírané Dětské muzeum a 4 nové expozice plné interaktivních prvků a moderních technologií. 2 z nich se věnují přírodě na našem území ([Zázraky evoluce](#) / [Okna do pravěku](#)), další 2 pak historii ([Dějiny](#) / [Dějiny 20. století](#))
- V neposlední řadě se v muzeu obměňují krátkodobější výstavy zaměřené na aktuální témata
- Muzeum poskytuje plné zázemí pro volnočasové aktivity s dětmi - odpočinkové a hrací zóny, 2 kavárny, 1 bistro, přebalovací pulty na toaletách, edukační programy pro školy, apod.

Brief

Cíl komunikace: Zařadit návštěvu NM mezi stěžejní volnočasové aktivity pro rodiny (top of mind) + posilování brand awarness

Insight: Chci využívat volný čas dětí tak, aby se něco dozvěděly, byla to zábava a abychom smysluplně trávili čas spolu, aniž bych to musela složitě vymýšlet a organizovat a stálo to moc peněz. Chci jim dopřát podněty k objevování a aktivity, které je nadchnou, i když mám děti 5 let od sebe, zároveň se sama nechci nudit ať už jsem rodič nebo prarodič.

Message: Přijďte do muzea i s dětmi, vzděláváme se celý život a malí i velcí tu mohou poznávat svět každý adekvátně svému věku. Navíc mají děti do 15 let vstup zdarma.

TA: ženy 30+, ABCD – ty osoby v domácnosti, které se starají o běžný chod rodiny (dle statistik socioekonomickou roli „hospodyně“ tvoří z 95 % ženy a z 5 % muži) a tráví čas s dětmi – rodiče, prarodiče, tety

Consumer take out: NM je pro mě místo, kam můžu jít s celou širokou rodinou a vždy to bude smysluplně strávený čas poznáváním světa kolem nás. NM je jistota kvalitně stráveného času pro mou rodinu (posílit emoční bond). Děti do 15 let vstup zdarma.

Mandatories: opakovatelná kdykoliv
CI – logo Národního muzea
tonalita: přátelská, laskavý humor, nadhled, otevřenost

Timing kampaně: 06/2023– 09/2023

Budget:

- Kreativní koncept 250.000 Kč
- Produkce (spot + rádio + focení + práva + final klíčový vizuál + formátování) 700.000 Kč – bude předmětem další zakázky



Předpokládaný mediální mix

TV 20" - ČT

Radio – ČRo

Inzerce

OOH (Praha a regiony) – exponovaná místa, dopravní uzly

Online – vlastní kanály: FB, IG, YT, podcast

Online – placená reklama: FB, IG, YT

NM: polep NB NM, plakáty, web

PR

Vernisáž/slavnostní otevření

Spolupráce s ambasadory, influencery

Co vše je obsahem zakázky

Kreativní koncept a strategie kampaně

Rozpracování návrhu:

- TVC 20" storyboard
- Radio spot (20"/30") - voiceover
- KV ve formátu na výšku, šířku, čtverec
- Vytvoření textů (headliny, bodycopy, inzerce, SoMe, návrh PR článku a jiné podpůrné texty)
- Návrhy mediatypů a aplikace řešení kampaně do dalších komunikačních kanálů včetně zdůvodnění
- Nápady na související merchandise
- Doporučení vhodných influencerů a tipy, jak je kreativně zapojit do kampaně + Časový harmonogram doporučeného nasazení

Návrh využití prostoru fasády NBNM ke komunikaci kampaně (návrh grafického zpracování)

Kreativní dohled nad realizací kampaně

tj. během přípravy a výroby po technické i obsahové stránce, supervize kvality výstupů

Co předložit do
soutěže /
deliverables

Kreativní návrh kampaně

- ideový koncept a strategie celé komunikace
- Scénář TV spotu 20“ ve formě storyboardu
- Návrh obrazového a textového (HL, body copy) ztvárnění klíčového vizuálu

Návrh využití fasády NBNM

**Doporučení komunikačního mixu a vhodných
media typů včetně zdůvodnění**

Cenu za poskytnuté služby

Co obsahem
této zakázky
není



Produkce TV a rozhlasového
spotu



Focení vizuálu



Finální zpracování klíčového
vizuálu a rozpracování na
dílčí formáty



Nákup médií

Koncepty navržené od agentur

- Každý se těší jinak
- Národní muzeum není za trest, Národní muzeum je za odměnu!
- Svět mě baví, svět kolem nás
- Zažijte Národní muzeum očima svých dětí
- Nevím, nevím, nevím. Každý si něco odnese.
- Přijďte k nám s dětmi a zažijte nový úhel pohledu. Objevujeme Vaše děti.
- Mami, nechci jít do muzea/ nechci jít domů
- Dejte dětskému světu nový rozměr.
- Ztraťte se v čase
- NM: cíl poznání
- Děti patří do muzea. A Národní muzeum dětem!
- Muzeum ❤ děti



Plánování

- V týmových projektech klíčové
- Pomáhá definovat cíle projektu, stanovit priority, popsat rizika, rozdělit úkoly a zdroje mezi členy týmu, odhadnout časový rámec a náklady a identifikovat potenciální rizika.
- Kvalitní plán ušetří mnoho času a zdrojů při realizaci

Harmonogram

Harmonogram je seznam úkolů, které musíme udělat, a jejich předpokládané termíny dokončení.

Důležité pojmy:

- **Úkoly:** To jsou jednotlivé kroky, které musíme udělat. Například vytvořit výstavu v muzeu nebo zpracovat sbírkové předměty.
- **Termíny:** Kdy máme úkoly dokončit.
- **Závislosti:** Některé úkoly mohou být navzájem závislé – například nemůžeme instalovat výstavu, dokud nejsou všechny exponáty připraveny.



Kroky při tvorbě harmonogramu

Segmentace projektu na úkoly:

- **Identifikace úkolů:** Co všechno musíme udělat? Například výběr exponátů, psaní textů, grafická příprava.
- **Zapojení týmu:** Každý člen týmu může přidat svůj úkol do harmonogramu.
- **Přehled o rozsahu projektu:** Abyste nezapomněli na žádný důležitý krok.

Organizace úkolů:

- **Pořadí plnění úkolů:** Co musíme udělat první? Co až potom?
- **Ganttův diagram:** Vizuální nástroj, který ukazuje, jak se úkoly prolínají a jak dlouho trvá jejich plnění.



Nástroje pro tvorbu harmonogramu

Microsoft Planner:

jednoduché plánování a sledování úkolů s integrací do ekosystému Microsoft 365, Má své limity pro velké týmy a projekty a lépe běží v prohlížeči

Excel šablona:

Můžete si stáhnout zdarma šablonu pro harmonogram v Excelu. Stačí ji upravit podle vašich potřeb.

Easy Project:

Český online software, který vám pomůže s plánováním projektů. Můžete sledovat úkoly, zdroje a termíny na jednom místě.

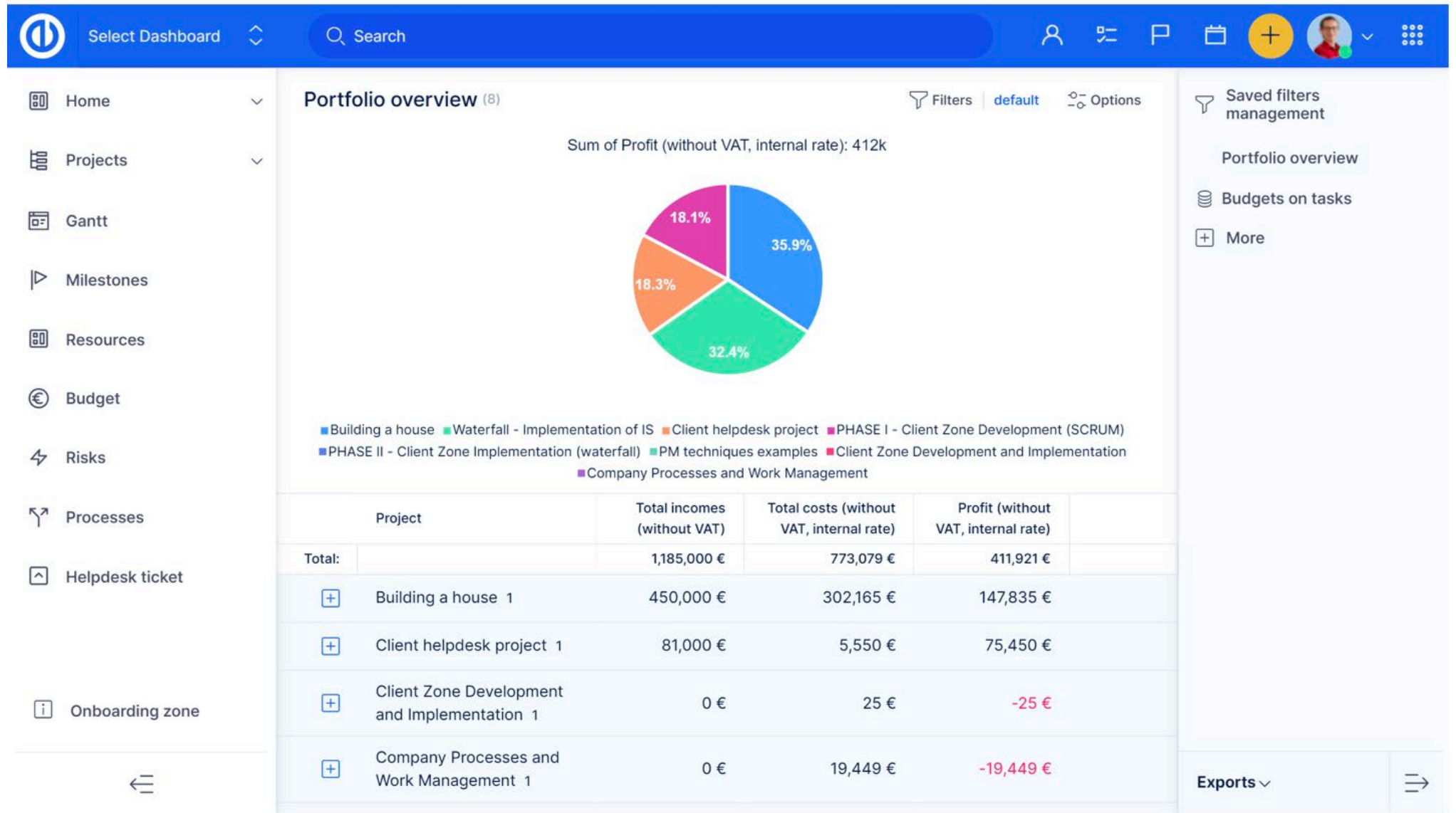
Asana:

Snadné sledování úkolů a projektů, integrace s dalšími aplikacemi, ale má omezené funkce v bezplatné verzi <https://asana.com>

Trello:

Jednoduché a vizuální zobrazení úkolů, Bezplatná verze je dostatečně funkční, ale méně pokročilá než některé jiné nástroje. <https://trello.com>

Easy Project



Assana

The screenshot displays the Assana project management interface for a project titled "Website launch". The interface is organized into four columns representing different stages of the project: Backlog, Ready to do, In progress, and Done. Each column contains a list of tasks, each with a title, a progress bar, an assignee's profile picture, and a due date. The "Backlog" column has three tasks: "Final QA" (due Dec 30), "Forms submit data properly", and "Links across pages". The "Ready to do" column has six tasks: "CSS/HTML validated" (due Dec 19), "Videos have updated branding" (due Dec 29), "Tracking codes inserted", "Mobile-friendly site parallels" (due Dec 22), "XML sitemap submitted" (due Dec 23), and "Auto-responses working" (due Dec 28). The "In progress" column has five tasks: "Sync with Google Analytics" (due Nov 30), "CSS is optimized" (due Today), "SEO keyword optimizations" (due Dec 1), "Cookies notice" (due Dec 5), and "Favicon renders properly" (due Dec 7). The "Done" column has five tasks: "Font and image licensing" (due Nov 30), "Sharing icons updated and working" (due Monday), "Scripts and images are optimized" (due Nov 25), "Web copy drafted" (due Today), and "Exclude IP addresses for tracking" (due Nov 18). The interface includes a top navigation bar with tabs for "MY TASKS", "INBOX", and "DASHBOARD", a search bar, and a user profile dropdown. The "Website launch" project title is prominently displayed at the top of the main content area, with sub-tabs for "Board", "Conversations", "Calendar", "Progress", and "Files".

MY TASKS INBOX DASHBOARD + Search

Website launch

Board Conversations Calendar Progress Files

Backlog Ready to do In progress Done

Final QA Dec 30

Forms submit data properly

Links across pages

CSS/HTML validated Dec 19

Videos have updated branding Dec 29

Tracking codes inserted

Mobile-friendly site parallels Dec 22

XML sitemap submitted Dec 23

Auto-responses working Dec 28

Sync with Google Analytics Nov 30

CSS is optimized Today

SEO keyword optimizations Dec 1

Cookies notice Dec 5

Favicon renders properly Dec 7

Web copy reviewed Dec 9

Font and image licensing Nov 30

Sharing icons updated and working Monday

Scripts and images are optimized Nov 25

Web copy drafted Today

Exclude IP addresses for tracking Nov 18

Trello

The screenshot displays a Trello workspace named "Project Management". The interface includes a top navigation bar with the Trello logo, a "Workspaces" dropdown, a search bar labeled "Jump to...", and a list of team members. The board is organized into three columns: "Upcoming", "In Progress", and "Done".

Upcoming Column:

- Marketing** (orange label): "Plan marketing campaign" with a due date of Sep 20 and 0/3 checklist items.
- Legal** (green label): "Approve legal agreement".
- Marketing** (orange label): "Schedule recurring client meeting" with 1 attachment and a location pin.

In Progress Column:

- External** (yellow label) and **Design** (blue label): "Collect design assets" with a due date of Mar 23 and 1/3 checklist items.
- Production** (purple label) and **Design** (blue label): "Create 10 T-shirt options for launch day" with a due date of Aug 26, 2 attachments, and 0/4 checklist items.
- Sales** (blue label): "Update online shop" with a due date of Sep 15.

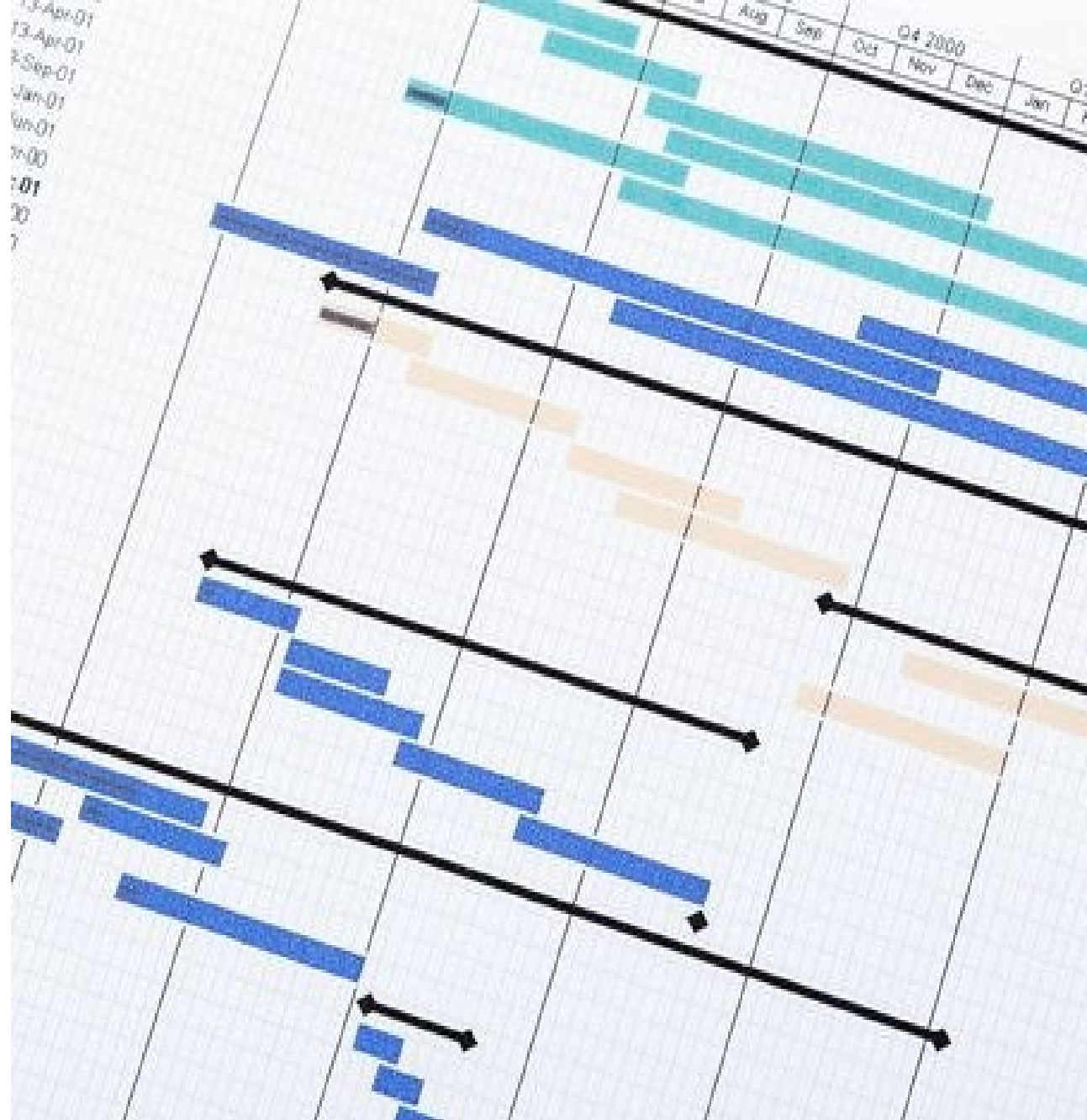
Done Column:

- Legal** (green label): "Review legal agreement" with a due date of Jun 30.
- External** (yellow label) and **Marketing** (orange label): "Customer survey" with a due date of Jun 3 and 5/5 checklist items.

Each card includes a plus icon for additional options and a calendar icon for scheduling. The bottom of each column features a "+ Add another card" button.

Ganttův diagram

grafické znázornění plánovaných úkolů v časové posloupnosti, používané v projektovém řízení.



Jak se tvoří

Horizontální osa:

- období trvání projektu.
- stejně dlouhé časové jednotky (dny, týdny apod.).

Vertikální osa:

- činnosti, na které se projekt člení.
- Každý řádek pro jednu činnost

Obdélníky (pruhy):

- činnosti jsou ukazují obdélníky na ploše diagramu.
- Levá strana obdélníku označuje plánovaný začátek činnosti.
- Pravá strana obdélníku označuje plánované ukončení.
- Délka pruhu tak označuje předpokládanou délku trvání činnosti.

Task Name	Q1 2019			Q2 2019		Q3 2019
	Jan 19	Feb 19	Mar 19	Apr 19	Jun 19	Jul 19
Planning						
Research						
Design						
Implementation						
Follow up						

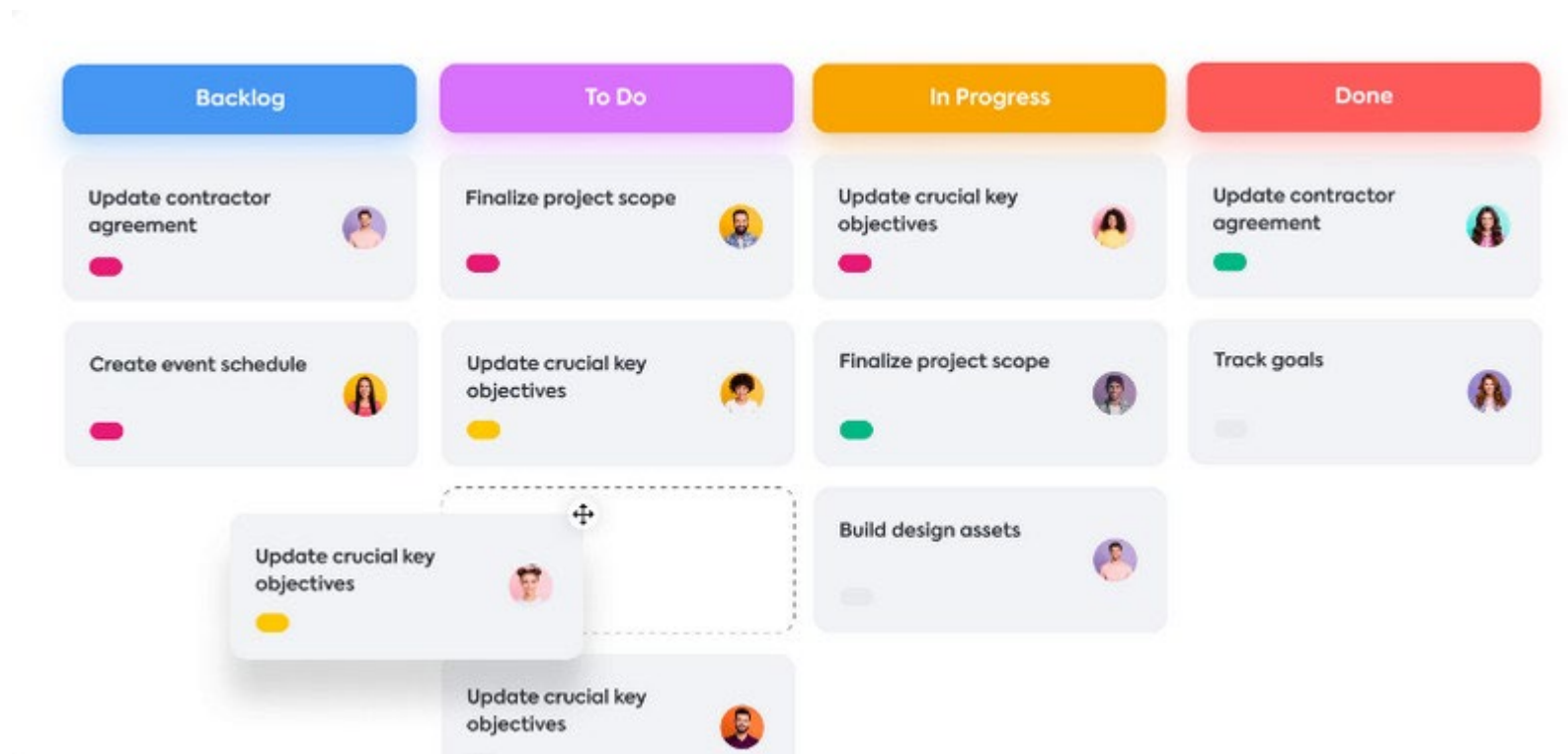
Alternativy

Mnoho různých a různě složitých

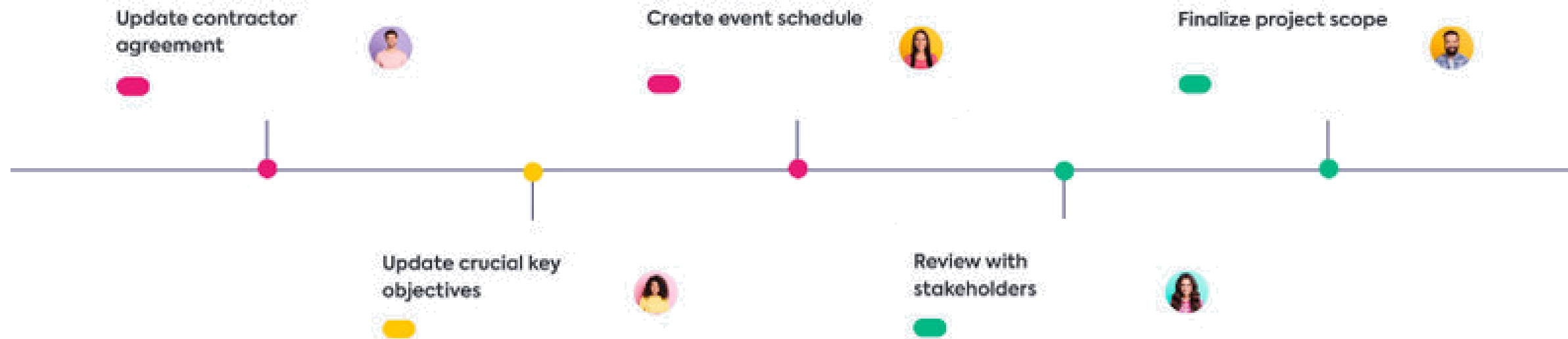
- Kanban desky
- Časová osa
- Myšlenkové mapy



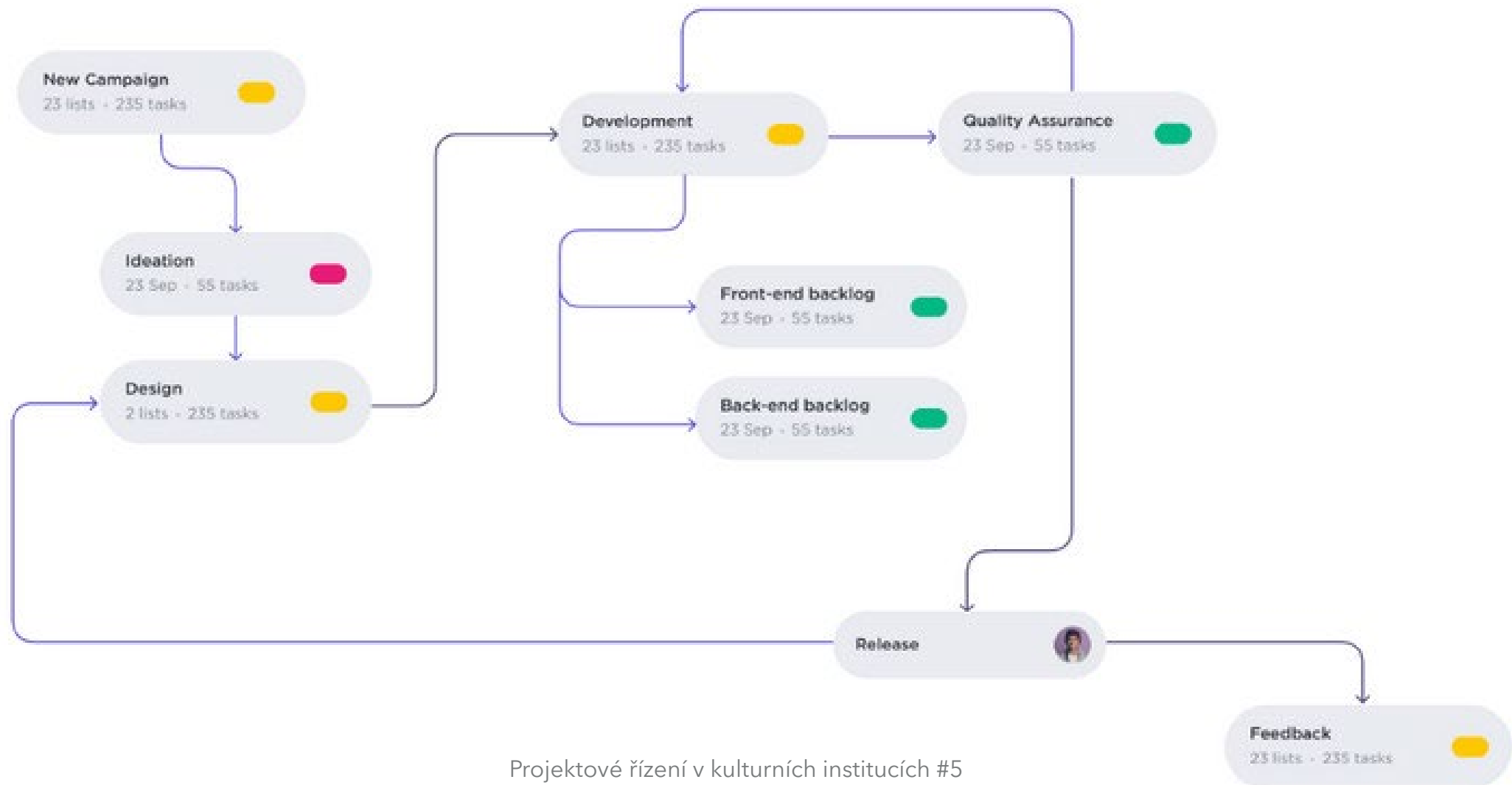
Kanban desky



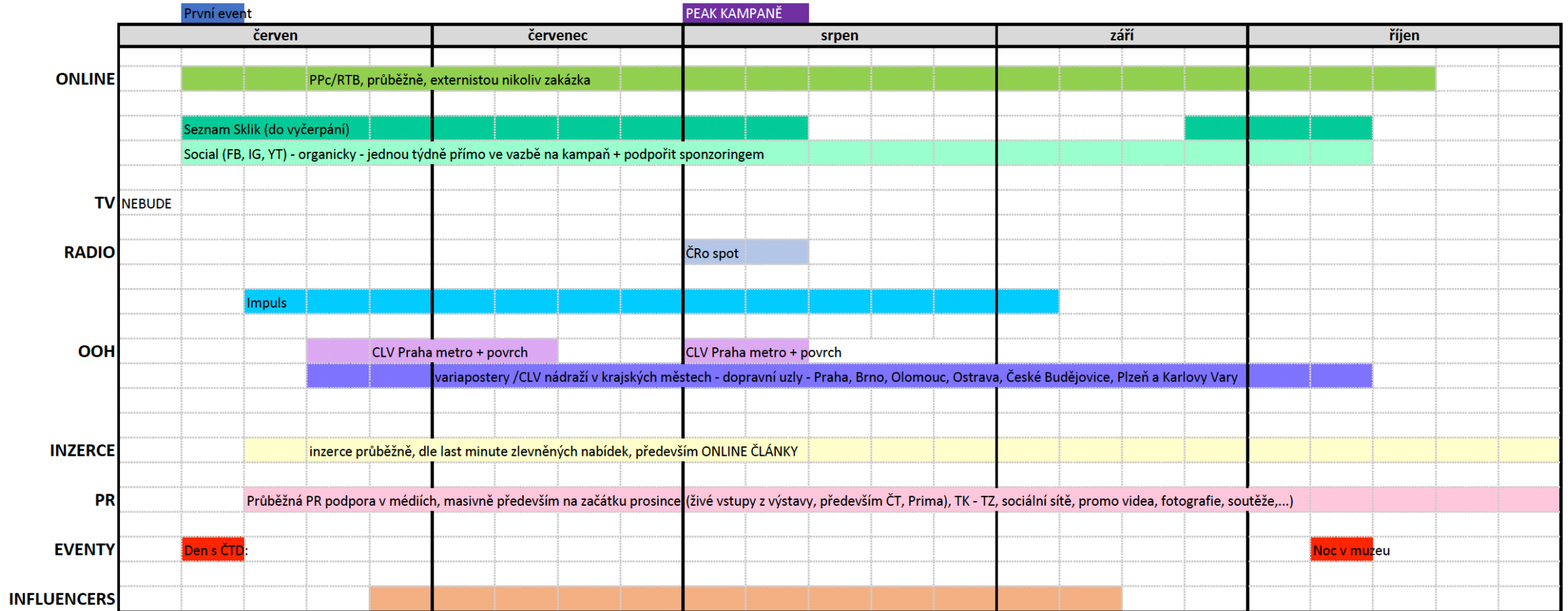
Časová osa



Myšlenková mapa



Plán našeho projektu





Na příště:

VE SKUPINĚ PŘIPRAVIT PLÁN PROJEKTU „5 DENNÍ CESTA“

1. Tým - Cesta do Káhiry na výzkum na vykopávkách v Abúsíru
2. Tým - Návštěva New Yorku za účelem instalace výstavy České primadony ve výstavním sále České národní budovy
3. Tým - Jednání ve Vídni o zápůjčkách k výstavě Marie Terezie