

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Bakalářská práce

MULTIMEDIÁLNÍ PREZENTACE FIRMY

Jakub Lampír

Plzeň 2015

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Multimediální tvorba

Specializace Multimédia

Bakalářská práce

MULTIMEDIÁLNÍ PREZENTACE FIRMY

Jakub Lampír

Vedoucí práce: MgA. Jan Morávek

Katedra výtvarného umění

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2015

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2015

.....

Jakub Lampír

OBSAH

1	MOJE DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE	1
2	TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY	3
3	PROCES PŘÍPRAVY	4
4	CÍL PRÁCE	7
5	PROCES TVORBY	8
6	TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA	10
7	POPIS DÍLA	11
8	PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR	15
9	SILNÉ STRÁNKY	16
10	SLABÉ STRÁNKY	17
11	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	
	a) Knižní a periodická literatura	18
12	RESUMÉ	19
13	SEZNAM PŘÍLOH	20

1. MOJE DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Po celé své dosavadní studium jsem se soustředil hlavně na tvorbu videa. Postupně se pro mě stalo nejpříjemnějším a nejkompletnějším médiem. Působí na dva nejdůležitější smysly zároveň, takže když je video správně zpracované dokáže v člověku probudit nejrůznější emoce za mnohem kratší dobu a s menším úsilím než cokoliv jiného.

Postupně jsem se s tímto médiem učil pracovat a čím déle se videem zabývám, tím více mě baví. Přišel jsem na školu s malou praxí v oboru tištěné propagace a webdesignu, proto jsem se vždy snažil prostřednictvím svého díla upoutat divákovu pozornost. Z tohoto důvodu jsem si zvolil kritiku obchodních center v České republice jako téma své první klauzury. Byla to cenná zkušenost, díky které jsem se naučil spoustu věcí. Nejdůležitější poučení bylo, že smysluplný dialog je jednou z těch nejtěžších věcí, se kterými se tvůrce může potýkat.

V dalším semestru jsem se zaměřoval spíše na technickou stránku věci. Zkoumal jsem limity techniky a nové možnosti získávání záběrů. V rámci zadání jsem natáčel propagační video s délkou kolem jedné minuty, které mělo za úkol poutavě představit paintballové hřiště umístěné v areálu bývalého bazénu. Scénář se neobešel bez záběrů ze vzduchu, k jejichž pořízení jsem svépomocí postavil jednoduchou lanovku. Vyzkoušel jsem si použití zpomalených záběrů v kombinaci s hudbou. Neodmyslitelnou součástí tvorby se staly konzultace s klientem.

Naproti tomu ve druhém ročníku jsem se soustředil na myšlenkovou část díla a možná vyznění konkrétních prvků. Díky tomuto natáčení jsem měl možnost hlouběji se seznámit s myslivostí. Poznal jsem spoustu zajímavých lidí a to mi dodalo inspiraci k finálnímu řešení tohoto videa.

U poslední klauzury jsem si vyzkoušel práci v týmu a musel jsem mimo

jiné řešit logistiku spojenou s natáčením ve velkém areálu. Se spolu-
žákem jsme pracovali na videu, které bylo určené pro prezentaci Fa-
kulty aplikovaných věd na veletrhu Techmania v Plzni. V rámci tohoto
natáčení jsem musel dodržovat konkrétní požadavky zadavatele, jako
byl např. obsah videa nebo místo projekce. Zbývalo uvést můj původní
námet na řešení videa do praxe. Velká část práce se následně ode-
hrávala v postprodukci, což jsme s kolegou i přes limitovaný výpočetní
výkon zvládli dobře a video jsme odevzdali v termínu.

Video autorovi nic neodpustí a je velice obtížné něco v něm za-
maskovat. Z tohoto důvodu je nezbytně nutné, aby bylo vše pečlivě
připraveno už před samotným natáčením. Nemůžete totiž jednotlivé
chyby jednoduše smazat, nebo předělat. Nezbytnou schopností je
zvládnutí více věcí najednou nebo určit na každou součást natáčení
samostatného člověka.

2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

Téma jsem si vybral proto, že mám možnost pracovat pro společnost, která dováží pracovní oděvy ze Švédska a má velký potenciál k rozvoji. Jedná se o prodej kvalitních pracovních oděvů, které jsou u nás známé mezi řemeslníky. Značka má poměrně zastaralé webové stránky a jinak se prezentuje prostřednictvím katalogů, které přejímá ze švédského originálu.

Toto téma jsem si zvolil hned z několika důvodů. Za prvé vnímám tento úkol jako výzvu. Za druhé jsem si tuto značku oblíbil a myslím si, že má potenciál uspět v České republice.

Dnešní instituce se poohlížejí po nových způsobech poskytování informací svým recipientům, ať se jedná o úřady, firmy, nebo občanská sdružení. Ty se snaží doplňovat tradiční média jako jsou tiskoviny nebo statické webové stránky multimediálním obsahem, jako jsou např. aplikace pro chytré telefony, interaktivní weby, nebo animace a videa.

Stejné množství informací, jaké můžete vepsat do webové stránky a doplnit fotografiemi se totiž dá prezentovat mnohem atraktivnějším způsobem prostřednictvím chytlavého videa. Výsledkem bude, že recipient vstřebá mnohem více informací za mnohem kratší dobu a ještě se bude cítit vnitřně obohacen kouzlem sdělení. Lidé jsou naprogramováni na sledování obrazovek, obvykle se na ně naučí dívat dříve, než se naučí číst.

V kontextu svojí dosavadní tvorby cítím největší jistotu právě ve videu, zároveň bych rád experimentoval s dalšími prostředky. Z těchto důvodů jsem si vybral právě toto téma.

3. PROCES PŘÍPRAVY

3.1. Úvod

Jelikož multimediální prezentace firmy je dost široký pojem a navíc jsem si vybral k práci značku, která nemá konkrétní požadavky na podobu nové prezentace, cítil jsem potřebu si nejdříve odpovědět na pár základních otázek. Například co firma dělá, koho chce oslovit, jaké jsou její současné prostředky propagace atp. Potom jsem si rozebral jednotlivé nástroje a zhodnotil jejich silné a slabé stránky, případně jsem identifikoval prostor pro zlepšení.

Protože chci, aby moje práce mohla firmě posloužit v praxi, bylo potřeba vycházet z reálných okolností. Proto považuji za důležitou část práce proces seznámení se s firmou pro kterou práce vzniká, pochopení její filozofie a všech jejích vnitřních procesů. Až tehdy může člověk začít přemýšlet o díle, které by značku adekvátně podpořilo. Z tohoto důvodu jsem v této práci zařadil Proces přípravy před kapitolu Cíl práce.

3.2 Kdo je značka PROFI-ODĚVY?

Dovozce švédských pracovních oděvů vyráběné přímo na míru potřebám řemeslníků. Jsou vyráběny bez kompromisů na kvalitě a funkčnosti, což se promítá ve vyšší ceně oproti konkurenci. Značka klade důraz na pohodlí oděvů při zachování maximální funkčnosti. Motto značky je „Bojovat za lepší pracovní oblečení“ – vývoj oděvů probíhá s neustálou zpětnou vazbou od lidí, pro které je dané oblečení určeno. Dokonce existuje zkušební tým Tripins, který představuje skupina řemeslníků různých profesí, která prototypy testuje. Kvalita zpracování je na takové úrovni, že se některé méně specializované modely dají nosit jako běžné každodenní oblečení. Díky tomu se však počítá s mnohem větší odolností. Předpokládaná životnost většiny modelů je 3 a více let.

Funkčnost se dá nejlépe popsat na pracovních kalhotách Snickers. Jsou střižené tak, že neomezují pohyb, ať při chůzi, tak při dřepu nebo v kleku. Zadní kapsy jsou našité šikmo, díky čemuž si nesedáte na věci, které v kapsách nosíte. Přední kapsy jsou dostupné i při sezení, knoflík poklopce se otáčí kolem vlastní osy, aby se lépe zasouval do dírky. Zadní strana pasu je výš, než přední část kalhot, takže se člověku neobnaží záda, když se předkloní. Na stehně, přesně v místě kde končí ruka, je kapsa na mobilní telefon. Kalhoty Snickers zahrnují přibližně 50 podobně praktických detailů.

3.3 Kdo je zákazník?

Nejdůležitějším zákazníkem je pro značku řemeslník. Manuálně zručný člověk, který tvrdě pracuje a potřebuje mít po ruce všechno svoje nářadí. Je pro něj důležité vypadat přes svými zákazníky profesionálně a chce v práci nosit oblečení z kvalitních materiálů. Za kvalitu je ochotný si připlatit a počítá s tím, že mu oblečení dlouho vydrží.

Potom jsou to firmy, které chtějí svoje zaměstnance oblékat do reprezentativních a vkusných pracovních oděvů. Požadují rychlé dodání ve velkém množství a chtějí mít možnost si svoje firemní oděvy personalizovat logem, nebo sloganem. Důležitá je pro ně snadná údržba oděvů, ideálně s možností průmyslového praní.

Poslední cílovou skupinou jsou běžní lidé, kteří jsou aktivní a hledají funkční a odolné oblečení pro volný čas.

3.4 Prodejní kanály Tripins v ČR a SR

Oděvy značky Tripins lze zakoupit prostřednictvím několika kanálů. Prvním z nich je síť značkových prodejen, kterých je aktuálně pět (jedna na Slovensku). Další možnost distribuce tvoří dealery. Dále má značka obchodní zástupce, kteří obsluhují dealery, vedou prezentaci na veletrzích a uskutečňují větší zakázky ve firmách a institucích, což lze považovat za třetí a důležitý kanál fungující na principu business to

business. Posledním prodejním kanálem je internetový obchod.

3.4 Definice kanálů propagace Tripins v ČR a SR

Firma svou značku prezentuje hlavně s použitím inzerce v tisku, dále má řadu katalogů a prospektů. Podklady pro tištěnou inzerci a rozsáhlou databázi fotografií dodává marketingové oddělení z centrály, takže zdejší zastoupení nemá důvod vynakládat další prostředky na tvorbu těchto materiálů.

Aktuální webové stránky jsou hodně zaměřené na prodej, je to vlastně online katalog s možností koupě. Není tam moc prvků, které by v zákazníkovi vzbuzovaly nějaké emoce, nebo ho nějak sblížily se značkou. Zde osobně vidím prostor ke zlepšení, web by měl po načtení zobrazit základní informace o historii značky, jednoduše sdělit důvod, proč firma využívá dané materiály a technologie, a především by měl vzbudit v zákazníkovi zvědavost. Až potom by měl sám chtít vstoupit do obchodu. Vhodným doplňkem webu jsou také prezentační videa k jednotlivým výrobkům.

4. CÍL PRÁCE

1. Webové stránky

Cílem této práce je vytvoření návrhu úpravy stávající webové prezentace značky. V souvislosti s optimalizací stávajícího eshopu pro mobilní zařízení se naskytla možnost web vylepšit a zmodernizovat.

Původní web má spoustu prostoru ke zlepšení a optimalizace pro mobilní zařízení stejně bude vyžadovat vytvoření nové šablony s tzv. responzivním designem.

To znamená, že všechny prvky na stránce mají velikost definovanou v procentech celkové velikosti displeje, takže se zjednodušeně řečeno dokáží zmenšit podle velikosti obrazovky.

Konkrétní návrhy jsem zpracoval do prezentace a budu je přikládat jako přílohy k relevantním textům v této bakalářské práci.

2. Prezentační videa

Dalším cílem je navrhnout jednoduchý způsob tvorby prezentačních videí jednotlivých produktů. Budou se zobrazovat v detailu výrobku na eshopu.

3. Spoty na značku

Posledním cílem této práce je natočení jednoduchých spotů na značku pro použití na serverech jako youtube.com, nebo například na obrazovkách v autobusech.

Z těchto spotů by následně mělo být možné sestříhat dlouhou video smyčku, která se bude zobrazovat na titulní stránce firemního webu.

5 PROCES TVORBY

5.1 Webová prezentace

V první fázi jsem se zaměřil na webové stránky. Podrobně jsem si je prošel a vytvořil jsem návrh změn, které se mohou zapracovat do plánované modernizace designu webu.

Důvody ke změně webu

Impulzem ke změnám na webu byl požadavek na responzivitu.

„Internetový vyhledávač za pomoci botů (nebo též crawlerů, robotů) stahuje v různých časových periodách obsah webových stránek a dalších dokumentů, které pak analyzuje, indexuje a ukládá do databáze.“

Webová stránka při tomto procesu dostane tzv. page rank, jedinečné číslo, podle kterého potom vyhledávač určí pozici webové stránky ve výsledcích vyhledávání. Na page rank má vliv spousta okolností, například zpětné odkazy na stránku, relevantnost a jedinečnost obsahu, nebo aktuální verze jazyka v jakém je web napsán.

S rozvojem mobilních zařízení se jedním z kritérií, ke kterým vyhledávač přihlédne stala responzivita webu, zda je web takzvaně přátelský k malým obrazovkám. V případě, že není, dostane stránka tzv. penalizaci – ve výsledcích se objeví na horším místě.

Dalším důvodem jsou změny dodavatelů pracovních oděvů a bot. Od podzimu se ruší jedna značka pracovních bot, ale přibývají další 3 nové značky – pracovní oděvy, prémiová značka bot a nízkonákladová značka bot. Proto je třeba upravit web pro nabízení stejných věcí různých značek.

Zároveň se mění i postoj firmy k zákazníkům. Web by měl být mimo prodej zboží také zdrojem informací o značce a nástrojem, na který mohou prodejci odkazovat své zákazníky.

5.2 Spoty na značku

Dlouho jsem hledal spojovací prvek pro 30 vteřinová videa, která se dají používat např. na youtube. Postupně jsem se dopracoval k finálnímu řešení. Každé video je založené na jednom klíčovém výrobku ze sortimentu, který je pro danou postavu životně důležitý. Podle této věci jsem následně vybral vhodné povolání aktéra a jednoduchou činnost, kterou stihne během půl minuty bez problému provést. Snažil jsem se dodat videím trochu nadsázky přidáváním vzkazů vždy na konci, před koncovou linkou „nosím Snickers“.

Videa mají několik spojujících prvků, jednak v podobě stejného herce, stejné hudby a stejného stylu natáčení. Dlouho jsem přemýšlel o použití zpomalených záběrů, protože pak má člověk možnost určité pohyby hodně zpomalit, což videu dodá rytmiku a šťávu.

5.3 Prezentace produktů

U natáčení prezentačních videí jsem narazil na několik problémů. Nejdříve jsem natáčel v lese, ovšem v půlce začal foukat silný vítr a následně začalo pršet. Přesunuli jsme se do interiéru, tam zase ovšem nějaké sítě rušily bezdrátový mikrofon.

Prezentační video jsem vytvořil tak, že jsem vypravěče oblékl do daného oděvu a nechal ho vyprávět předem vymyšlený text na kameru a následně jsem natočený materiál prostříhal detailními záběry na jednotlivé funkce a vlastnosti oděvu.

6 TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

Webová prezentace

Nejdůležitějším specifikem úpravy takto rozsáhlé webové prezentace je fakt, že to nemohu dělat sám. Proto se jedná pouze o návrhy. Web je postaven na systému Magento a má svého administrátora, přes kterého jdou všechny úpravy. Navíc má firma smlouvu s marketingovou agenturou, která funguje jako poradce pro SEO optimalizaci webu.

V praxi to tedy funguje tak, že já po konzultaci s vedením navrhnu úpravu, návrh následně analyzuji v agentuře, zda je v souladu s pravidly SEO a obecnými zvyklostmi uživatelů a doporučí co na podaném návrhu předělat a co je možné použít.

Až potom se může jít za programátorem s konkrétními požadavky. Momentálně jsou moje návrhy v agentuře a realizace je plánována na konec srpna.

Video

Pro natáčení spotů jsem používal bezzrcadlovku Lumix GH4 s objektivy 18-35mm a 85mm. Umožňuje totiž záznam v rozlišení Full HD při snímkové frekvenci 60 sn./s. Takový záznam se dá v postprodukcí zpomalit na cca 43% původní rychlosti.

Při natáčení zpomalených záběrů vzniká zajímavý fenomén zvaný flickering. Světla, která jsou napájena střídavým napětím blikají při frekvenci 50hz a to samozřejmě kamera ve zpomaleném režimu zachytí. Jev se projevuje blikáním, nebo vlněním v obraze.

7 POPIS DÍLA

1. Webová prezentace

V současnosti je titulní stránkou e-shop, po načtení si rovnou můžete vybírat oblečení, boty, nebo nářadí. Pokud chcete více informací, nebo jste tu poprvé, musíte hledat v horní liště.

>>Příloha 1.png

Na současné titulní stránce jsou po stranách nevkusné banery, které jsou dodělané dodatečně a moc neladí do celkového designu stránky. Přesunul jsem informace z nich do horní lišty.

Na pravé straně je baner odkazující na prodejny. Přemístil jsem tuto informaci do titulní stránky. Jednorázové nabídky a akce se dají do budoucna řešit pomocí celoplošného baneru na straně webu, který bude mít adekvátní grafickou úpravu. (Příloha001.pdf-strana 2)

Košík jsem přesunul do horní lišty, protože po kliknutí na něj se zobrazí vyskakovací okno, kde vidíme produkty v košíku a odkazy na pokladnu.

Tím jsem ušetřil místo v hlavním menu e-shopu, které můžu zaplnit ilustračními obrázky ze žlutých panelů. (Příloha001.pdf-strana 6).

Žluté panely z aktuální titulní strany jsem úplně vypustil.

>>Příloha 2.png

Horní lišta

Logo PROFI-ODĚVY jsem vycentroval na střed stránky, protože se jedná o web prodávající oblečení a logo uprostřed je na takových serverech běžné. Tím se příjemně rozdělilo horní menu. V tom je nově kladen důraz na odkazy E-shop, Prodejny a Naše značky. Z lišty zmizela loga značek. Jednak proto, že jich od podzimu bude tolik, že by se tam všechna nevešla a hlavně je supluje odkaz Naše značky a baner se značkami na titulní straně.

Baner

Nejvýraznějším prvkem titulní strany je širokoúhlý baner na video. V něm se přehrává smyčka, která vznikla použitím záběrů z reklamních spotů značky (viz. dále). Demo tohoto baneru přímo ve stránce je v souboru PDF Priloha002-interaktivni.pdf, grafika je v tomto PDF oproti 001 méně ostrá.

Aktuality

V následující části stránky jsou všechny důležité informace o firmě, v prvním rámci jsou zobrazeny dvě nejnovější aktuality a také drobné menu, kde jsou odkazy na všechny kategorie aktualit.

E-shop

Původní menu e-shopu je tu minimalizované do čtyř drobných odkazů, jejichž funkcí je spíše upozornit návštěvníka, že firma provozuje e-shop.

Prodejny

Nejdůležitější informací je zde otevírací doba prodejen, kterou má většina serverů ukrytu někde ve svých útrobách. Přitom je to ve spoustě případů jediný důvod návštěvy webu. Opět se jedná o jednoduchý způsob, jak návštěvníka upozornit, že firma má několik kamenných prodejen. U prodejen je decentní mapa ze které se rovnou rozkliknout navigace.

Naše značky

Ve spodní části jsem navrhnul rámeček „Naše značky“, kde je opět stručná informace o značkách a po kliknutí odkazuje na stejnou stránku, jako odkaz v horní liště.

O nás

Poslední nový prvek na titulní stránce dává stručnou informaci o firmě, její historii a filozofii. Je tu opět hlavně pro návštěvníkův pocit bezpečí.

>> Příloha3.png

Odkaz Eshop

Eshop je vzhledově stejný, pořád zde je vidět baner, ovšem nejsou tu žádné další prvky z titulní stránky a navíc je tady hlavní menu eshopu.

>>Příloha4.png

Menu eshopu

Původní menu je hodně podobné nabídce Start z Windows 95.

Víceúrovňové odkazy není skoro možné trefit myší, menu okamžitě při odsunutí myši zmizí. Nové menu je intuitivní, má jen jednu úroveň a je ideální pro dotyková zařízení, jako třeba tablet, nebo mobil. Kliknutím na hlavní odkaz v menu eshopu otevřu nabídku a ta se zavře, až když kliknu znovu na odkaz, nebo mimo menu.

Odkazy jsou přehledné a s obrázky, nahoře je prostor pro speciální skupiny sortimentu, jako novinky, nebo výprodej.

>>Příloha5.png

Tady je dobře vidět, že přesunout košík do lišty dává smysl.

Detail výrobku

>>Příloha6.png

V detailu výrobku se nově zobrazí video a data, která se zobrazují v záložkách, se zobrazí pod sebou.

2. Spoty na značku

Spot 1 – podlahář

V tomto spotu vidíme podlahářem jak se připravuje na práci, něco měří a pokládá podlahu, když najednou klapnou dveře a on najde na parapetu občerstvení s kafem se vzkazem.

Jde v něm o předvedení kolenních chráničů a rukavic.

Spot 2 – zmoklý dělník

V tomto spotu se vrací obecný dělník do centrály, aby se převlékl do suchého. Zajímavé je, že si svlékne jen vrchní vrstvu a rovnou se převlékne do čistého. Z tašky vytáhne čistou košili se vzkazem.

Chtěl jsem tady ukázat spodní prádlo, možnosti nepromokavého oblečení a vodotěsné tašky.

Spot 3 – elektrikář

Začíná v autě, elektrikář přijíždí autem a vytahuje žebřík, ten opře o dům a vytahuje brašnu na nářadí, která mu umožňuje lézt bezpečně po žebříku. Vyleze nahoru a opravuje anténu, během práce najde v brašně svačinu se vzkazem.

3. Smyčkové video

Záběry ze spotů jsem použil na webu, v širokoúhlém baneru, vždy s jednoduchým popisem skupiny sortimentu, kterou můžete na videu vidět. V plánu je v těchto spotech pokračovat a nadále je používat také v této smyčce.

4. Prezentační video

Posledním typem videa, kterým jsem se zabýval je prezentační video produktu. Pojal jsem ho jednoduše, soustředil jsem se hlavně na přípravu textu. Herec je stejný jako ve spotech, stěžejní je jeho recitace textu k danému oděvu. Celkové záběry jsem prostříhal detailními.

8 PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Přínosem je určitě použití videa jako součást stránky, která se chová spíše jako animace. Spustí se sama při otevření a nemá žádné ovládací prvky. Nemá zvuk. Zvuk je na webu otravný. Zejména pokud se pustí sám.

9 SILNÉ STRÁNKY

Projekt je vytvořený pro použití v praxi, takže jsem toho hodně naučil.
Taky jsem to zvládnul s velice malým rozpočtem.

10 SLABÉ STRÁNKY

Slabou stránkou je chabá kvalita zvuku v prezentačním videu. Bohužel jsem používal nevyzkoušený foťák spolu s levným bezdrátovým mikrofonem a nepřipojil jsem si sluchátka.

11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

a) knižní a periodická literatura

1. MONACO, James. Jak číst film - Svět filmu, medií a multimedíí.
Praha: Albatros, 2006. ISBN 978-80-00-01410-4.
2. ANDRIKANIS, Ekaterina. Homevideo I. - aneb Sám sobě režisérem.
Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2193-4.
3. VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J. Reklama.
Praha: Grada, 2007 ISBN-978-80-247-3492-7.
4. KLEON, Austin. Krad' jako umělec.
Brno: Jan Melvil Publishing, 2012. ISBN 978-80-87270-36-3.
5. ANDRIKANIS, E., KONDAKOV, S. Homevideo II. - aneb Sám sobě kameramanem. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2192-7.
6. PINCAS, S., LOISEAU, M. Dějiny reklamy.
Praha: Slovart, 2009. ISBN 978-80-7391-266-6.
7. KENNETH, E., Baack, D. Reklama, propagace a marketingová komunikace. Praha: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1769-9.

12. RESUMÉ

In this bachelor thesis I was dealing with a multimedia presentation of a company. I've chosen a company that imports swedish clothing for workers into Czech Republic.

The task was to improve company's current presentation, which mainly uses original print materials made by swedish headquarters. The company does not have any specific idea about what it should look like, so it was up to myself to find out what would be the most ideal approach.

For that matter I figured that the only way one can be able to make a relevant improvement to an existing advertising plan is to study company's behaviour for a while. I found out how they sell their clothing, what's the current way of promotion and where they use it. I also leaned that brand's most important customer is a craftsman and that they would also like to reach out to large companies that employ a considerable amount of workers.

In this thesis I have suggested some improvements to their website and made a concept of a video content. There should be several categories of videos available on the website, including general presentation videos, that will introduce the clothing in an easy way to a viewer.

What I like the most is a concept of an informational kiosk, that would be used by the company during a trade fair. It should include the same content as there is on the website, but with a different user interface more customized for a touch control.

13. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1. png [21]

Příloha2.png [22]

Příloha3.png [23]

Příloha4.png [24]

Příloha5.png [25]

Příloha 001.pdf –na DVD

Příloha 001-interaktivni.pdf – na DVD

Spot1.mp4 – na DVD

Spot2.mp4 – na DVD

Spot3.mp4 – na DVD

Smycka-uvodni-strana-webu.mp4 –na DVD

Prezentace-odevu-demo.mp4 – na DVD

DOPRODEJ
NEPROPÁSNETE
POSLEDNÍ ŠANCI
K NÁKUPU!



NOVINKY
V NAŠÍ NABÍDCE



PRODUKTOVÉ
NOVINY



PRACOVNÍ
ODĚVY

PRACOVNÍ
OBUV

OCHRANNÉ
POMŮCKY, DOPLŇKY

RUČNÍ
NÁŘADÍ

Objednejte telefonem
281 925 228
Potřebuji poradit
Tabulka velikostí



0 Kč
0 ks

Registrovat Přihlásit se

Vyzkoušejte
si nabízené
zboží!



Prodejny
najdete
v Ostravě,
Brně a Praze.



PRACOVNÍ ODĚVY

Bundy
Kalhoty
Trička
Vesty
Termoprádlo
Dětské
Kombinézy
Kratasy a šortky
Mikiny
Košile
Dámské
Reflexní
šaty



PRACOVNÍ OBUV

Zimní
Kotníkové
S vyztuženou špičkou
Nizké
Kožené
Vložky do bot



OCHRANNÉ POMŮCKY, DOPLŇKY

Čepice
Ponožky
Kolenní chrániče
Doplňky k nářadí
Rukavice
Brýle
Opasky a šle
Ostatní



RUČNÍ NÁŘADÍ

Metry
Vodováhy
Tužky a značkovače
Pačidla
Dláta
Ohybací tyče
Úhelníky
Lasery zaměřovací
Kladiva
Nože
Sekery
Náhradní díly

Nejprodávanější produkty

DOPRODEJ
AKCE



-74%

**Triko s dl. rukávem
'Logo'**

Kód: 24003214

840 Kč
244 Kč

NOVINKA



**Mikina s kapucí k
40. výročí**

Kód: 28230400

990 Kč

NOVINKA



**Triko bavlněné
dámské**

Kód: 25160400

275 Kč

NOVINKA



**Triko bavlněné LTD
edition s nápisem**

Kód: 25101936

655 Kč

NOVINKA



Šortky Service

Kód: 61000400

1 295 Kč

DOPRODEJ
AKCE



DOPRODEJ
AKCE





PRACOVNÍ RUKAVICE

Aktuality



Jarní část sezony vyvrcholila ve Frenštátě pod Radhoštěm

Za nádherného počasí se uskutečnilo v areálu Na Horečkách ve Frenštátě pod Radhoštěm finále STIHL TIMBERSPORTS CZECH SERIES 2015.

Timbersport | 26.5. 2015

[Číst více...](#)



Není nůž jako nůž! Řemeslnické nože HULTAFORS.

Nůž pro vás. Nože se za posledních 100 let v zásadě příliš nezměnily. Ale nyní jsme ve spolupráci s odborníky, profesionálními řemeslníky, vyvinuli..

Produktové noviny | 12.5. 2015

[Číst více...](#)

Kategorie aktualit

Timbersport

Produktové noviny

Novinky

Tiskové zprávy

Veletrhy a výstavy

E-shop



Pracovní oděvy



Ochranné pomůcky, doplňky



Pracovní obuv



Ruční nářadí



Značkové prodejny

Náchodská 2485/61
193 00 Praha 9 - Horní Počernice

Po-čet: 8.00–12.00, 12.30–17.00

Pátek: 8.00–12.00, 12.30–14.30

So-ne: zavřeno

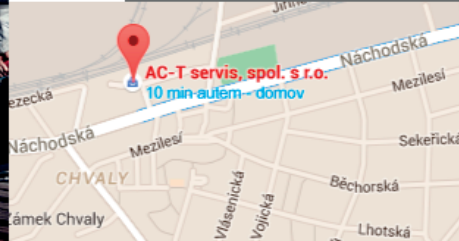
[Více informací o prodejně](#)

Praha

Brno

Ostrava

Bratislava



Naše značky

Dodáváme do České republiky a na Slovensko švédské pracovní oděvy, obuv a ruční nářadí. Jsme výhradním dodavatelem těchto značek:

DUNDERDON

SOLID GEAR

TOE GUARD

Hultafors

Snickers

Snickers WORKWEAR

PROFI ODĚVY®

Jsme rodinná firma s více než 15 letou tradicí. Klademe důraz na zákaznický servis a dodávky do druhého dne.

[Více informací o nás](#)



E-shop

Pracovní oděvy
Ochranné pomůcky
Doplňky
Pracovní obuv
Ruční nářadí

Naše značky

Snickers Workwear
Dunderdon
Solid Gear
Toe Guard
Hultafors Tools

Prodejny

Praha 9
Praha 10
Brno
Ostrava
Bratislava

Praktické informace

Materiály
Velikosti
Ochrana a normy
Testování oděvů
Komfort
Nošení nářadí
Tipy a triky

Vše o nákupu

Jak nakupovat
Možnosti platby
Způsoby doručení
Záruky a reklamace
Obchodní podmínky
Ochrana osobních údajů



**PRACOVNÍ
ODĚVY**



**PRACOVNÍ
OBUV**



**OCHRANNÉ
POMŮCKY, DOPLŇKY**



**RUČNÍ
NÁŘADÍ**

**Objednejte telefonem
281 925 228**

Potřebuji poradit

Tabulka velikostí



PRACOVNÍ RUKAVICE

Nejprodávanější produkty

**DOPRODEJ
AKCE**



-74 %

**Triko s dl. rukávem
'Logo'**

Kód: 24003214

940 Kč
244 Kč

NOVINKA



**Mikina s kapucí k
40. výročí**

Kód: 28230400

990 Kč

NOVINKA



**Triko bavlněné
dámské**

Kód: 25160400

275 Kč

NOVINKA



**Triko bavlněné LTD
edition s nápisem**

Kód: 25101936

655 Kč


NOVINKA



Šortky Service

Kód: 61000400

1 295 Kč



Díáto HDC - 25mm
Kód: 390273

95 Kč

[Koupit](#)
[Porovnat](#)

**DOPRODEJ
AKCE**



-53 %

**Triko s kr. rukávem,
limitovaná edice**

Kód: 25070400

640 Kč
299 Kč



Ponožky 2-balení

Kód: 92040400

495 Kč



**Kalhoty Rip-Stop 3/4
'Pirate' s HP**

Kód: 39230404

2 595 Kč

**DOPRODEJ
AKCE**



-60 %

Triko s kr. rukávem

Kód: 25021300

220 Kč
89 Kč



**Triko dámské s dl.
rukávem 'Stretch'**

Kód: 24030400

545 Kč

Již od: 345 Kč



**Opasek
ergonomický vel.
UNI**

Kód: 90250400000

495 Kč



**Metr svinovací
TALMETER 3m**

Kód: 359203

545 Kč



**Kladivo tesařské
hmotnost 720g TS
16XL**

Kód: 820006

825 Kč

E-shop

Pracovní oděvy
Ochranné pomůcky
Doplňky
Pracovní obuv
Ruční nářadí

Naše značky

Snickers Workwear
Dunderdon
Solid Gear
Toe Guard
Hultafors Tools

Prodejny

Praha 9
Praha 10
Brno
Ostrava
Bratislava

Praktické informace

Materiály
Velikosti
Ochrana a normy
Testování oděvů
Komfort
Nošení nářadí
Tipy a triky

Vše o nákupu

Jak nakupovat
Možnosti platby
Způsoby doručení
Záruky a reklamace
Obchodní podmínky
Ochrana osobních údajů



Objednejte telefonem
281 925 228
Potřebuji poradit
[Tabulka velikostí](#)



Bundy



Košile



Pro malíře a zedníky



Kombinézy



Kalhoty



Termoprádlo



Čepice

... atd.



Kraťasy a šortky



Dámské



Service Line



Trička



Dětské



Spodní prádlo



Mikiny



Reflexní



Vesty



Triko s dl. rukávem 'Logo'

Kód: 24003214

~~940 Kč~~
244 Kč



Mikina s kapucí k 40. výročí

Kód: 28230400

990 Kč



Triko bavlněné dámské

Kód: 25160400

275 Kč



Triko bavlněné LTD ediční s nápisem

Kód: 25101936

655 Kč



Šortky Service

Kód: 61000400

1 295 Kč



Dláto HDC - 25mm

Kód: 390273

~~995 Kč~~

Koupit
Porovnat



Triko s kr. rukávem, limitovaná edice

Kód: 25070400

~~640 Kč~~
299 Kč



Ponožky 2-balení

Kód: 92040400

495 Kč



Kalhoty Rip-Stop 3/4 'Pirate's HP'

Kód: 39230404

2 595 Kč



Triko s kr. rukávem

Kód: 25021300

~~220 Kč~~
89 Kč



Triko dámské s dl. rukávem 'Stretch'

Kód: 24030400

545 Kč

Již od: 345 Kč



Opasek ergonomický vel. UNI

Kód: 90250400000

495 Kč



Metr svinovací TALMETER 3m

Kód: 359203

545 Kč



Kladivo tesařské hmotnost 720g TS 16XL

Kód: 820006

825 Kč

E-shop

Pracovní oděvy
Ochranné pomůcky
Doplňky
Pracovní obuv
Ruční nářadí

Naše značky

Snickers Workwear
Dunderdon
Solid Gear
Toe Guard
Hultafors Tools

Prodejny

Praha 9
Praha 10
Brno
Ostrava
Bratislava

Praktické informace

Materiály
Velikosti
Ochrana a normy
Testování oděvů
Komfort
Nošení nářadí
Tipy a triky

Vše o nákupu

Jak nakupovat
Možnosti platby
Způsoby doručení
Zánuky a reklamace
Obchodní podmínky
Ochrana osobních údajů

**PRACOVNÍ
ODĚVY****PRACOVNÍ
OBUV****OCHRANNÉ
POMŮCKY, DOPLŇKY****Kalhoty dětské s pouzdrovými kapsami**
1 x 1 395 Kč
[Detaily](#)**Šortky Canvas+™ řemeslnické**
1 x 1 995 Kč
[Detaily](#)**Bunda zimní**
1 x 2 095 Kč
[Detaily](#)

Objednat

Nákupní košík



PRACOVNÍ RUKAVICE

Nejprodávanější produkty

**DOPRODEJ
AKCE**

-74 %

**Triko s dl. rukávem
'Logo'**

Kód: 24003214

~~940 Kč~~
244 Kč**NOVINKA****Mikina s kapucí k
40. výročí**

Kód: 28230400

990 Kč**NOVINKA****Triko bavlněné
dámské**

Kód: 25160400

275 Kč**NOVINKA****Triko bavlněné LTD
edition s nápisem**

Kód: 25101936

655 Kč**NOVINKA****Šortky Service**

Kód: 61000400

1 295 Kč**Dláto HDC - 25mm**

Kód: 390273

~~195 Kč~~Koupit
Porovnat**DOPRODEJ
AKCE**

-53 %

**Triko s kr. rukávem,
limitovaná edice**

Kód: 25070400

~~640 Kč~~
299 Kč**Ponožky 2-balení**

Kód: 92040400

495 Kč**Kalhoty Rip-Stop 3/4
'Pirate' s HP**

Kód: 39230404

2 595 Kč**DOPRODEJ
AKCE**

-60 %

Triko s kr. rukávem

Kód: 25021300

~~220 Kč~~
89 Kč**Triko dámské s dl.
rukávem 'Stretch'**

Kód: 24030400

545 Kč

Již od: 345 Kč

**Opasek
ergonomický vel.
UNI**

Kód: 90250400000

495 Kč**Metr svinovací
TALMETER 3m**

Kód: 359203

545 Kč**Kladivo tesařské
hmotnost 720g TS
16XL**

Kód: 820006

825 Kč**E-shop**Pracovní oděvy
Ochranné pomůcky
Doplňky
Pracovní obuv
Ruční nářadí**Naše značky**Snickers Workwear
Dunderdon
Solid Gear
Toe Guard
Hultafors Tools**Prodejny**Praha 9
Praha 10
Brno
Ostrava
Bratislava**Praktické informace**Materiály
Velikosti
Ochrana a normy
Testování oděvů
Komfort
Nošení nářadí
Tipy a triky**Vše o nákupu**Jak nakupovat
Možnosti platby
Způsoby doručení
Záruky a reklamace
Obchodní podmínky
Ochrana osobních údajů


**PRACOVNÍ
ODĚVY**

**PRACOVNÍ
OBUV**

**OCHRANNÉ
POMŮCKY, DOPLŇKY**

**RUČNÍ
NÁŘADÍ**

Objednejte telefonem

281 925 228

Potřebuji poradit

Tabulka velikostí

PRACOVNÍ ODĚVY

Bundy —

Zimní

Softshell

Reflexní

Nepromokavé

Kombinězy

Kalhoty +

Kratásky a šortky

Trička +

Mikiny

Vesty

Košile +

Termoprádlo +

Dámské

Dětské

Reflexní

Pro malíře a zedníky

Čepice

Spodní prádlo

Service Line

[Domů](#) / Bunda Soft Shell s kapucí

Bunda Soft Shell s kapucí



Dvojklikem zobrazíte obrázek v plné velikosti



V designu, který kopíruje každý váš pohyb nejen při práci. Tato softshellová bunda s kapucí je větruodolná, vodoodpudivá a prodyšná s fleecovou podšívkou. Poskytuje vám pohodlí a ochranu.

Kód: 12195804

3 895 Kč s DPH

3 219 Kč bez DPH

Dostupnost: Do 14 dnů

Velikost

Počet:

[Porovnat](#)
[Poslat známému](#)

Popis produktu

- Tvarované rukávy a ergonomický střih pro maximální volnost pohybu.
- Větrací zipy v podpaží zabraňují pocení.
- Manžety na suchý zip a stahování ve spodním lemu k udržení tepla.
- Velké přední kapsy na zip, vnitřní kapsy s místem na pera či mobilní telefon.
- Reflexní prvky pro lepší viditelnost a bezpečnost.

Kód 12195804

Materiál Větru odolný, vodoodpudivý, prodyšný a elastický vrstvený softshellový materiál ze 100% polyesteru, 285g/m2

Velikosti XS-XXXL

Barva Šedá ocelová

Výrobce Snickers Workwear

E-shop

 Pracovní oděvy
 Ochranné pomůcky
 Doplnky
 Pracovní obuv
 Ruční nářadí

Naše značky

 Snickers Workwear
 Dunderdon
 Solid Gear
 Toe Guard
 Hultafors Tools

Prodejny

 Praha 9
 Praha 10
 Brno
 Ostrava
 Bratislava

Praktické informace

 Materiály
 Velikosti
 Ochrana a normy
 Testování oděvů
 Komfort
 Nošení nářadí
 Tipy a triky

Vše o nákupu

 Jak nakupovat
 Možnosti platby
 Způsoby doručení
 Záruky a reklamace
 Obchodní podmínky
 Ochrana osobních údajů