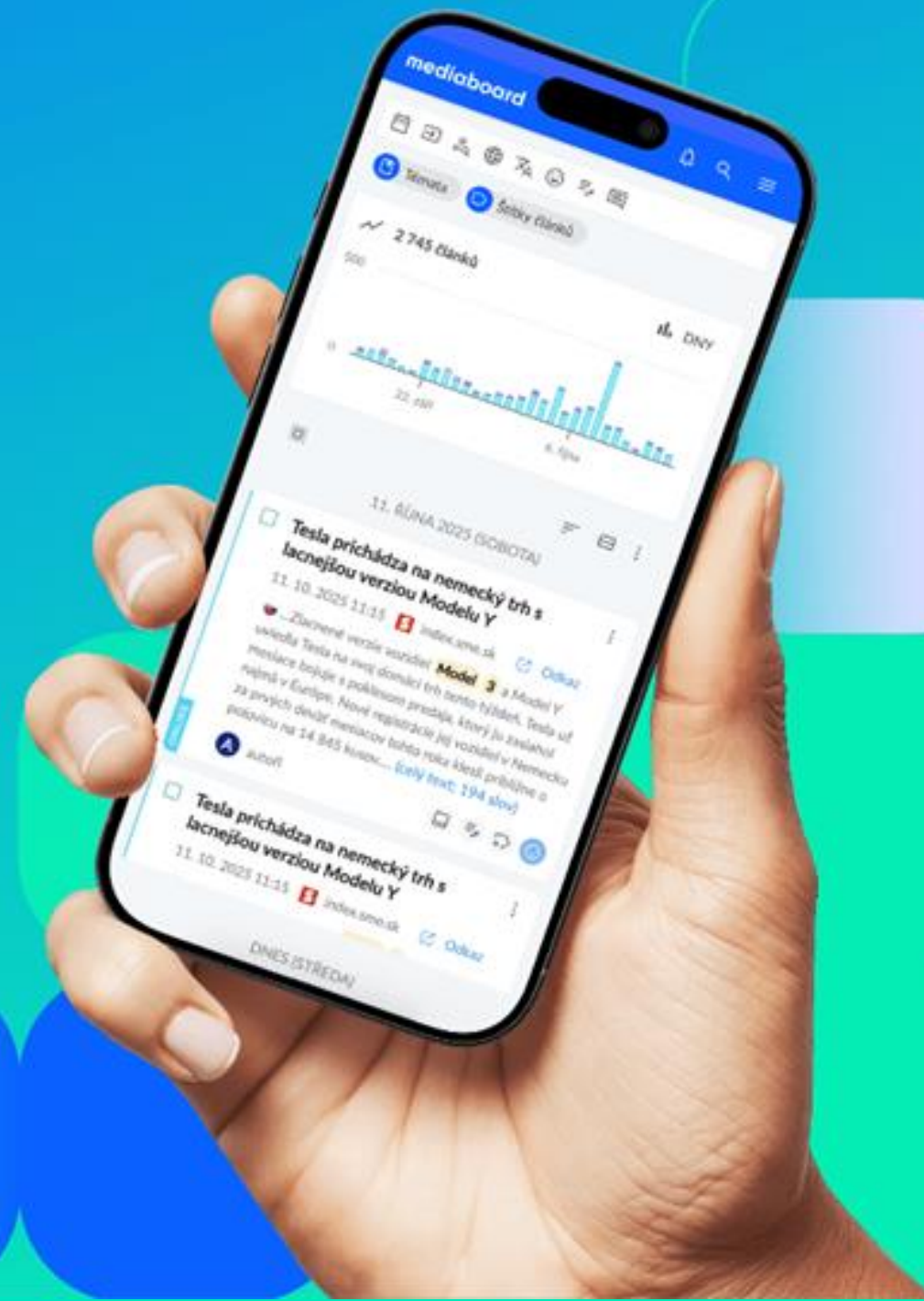


mediaboard

Your Favourite
All-In-One
PR Platform



COMMUNICATION SUMMIT 2026

Jaká je šance, že z baru neodejdete sám?

Jak systematická PR práce přebudovala brand Seyforu
a co to udělalo s byznysem.

Daniel Šturm, CMO | Seyfor Group | 9. 6. 2026

Seyfor

Když vás zná 1 % lidí v baru, jaká je šance?

V místnosti je 100 lidí. Vás zná jeden. Přesně tak vypadal Seyfor v roce 2023.

1 %

IT ŘEDITELŮ SI V ROCE 2023 VZPOMNĚLO NA SEYFOR SPONTÁNNĚ

Otázka pro sál:

Jaka znacka vas napadne jako prvni, kdyz slyсите "podnikovy software"?

Zdroj: B-inside, Brand Awareness průzkum, srpen 2025, n=160, firmy nad 1 mld. Kč



Řvali jsme. Nikdo neposlouchal.

553 výstupů za rok — 69 % z nich nikoho nezajímalo. Prémiových: 17 z 553.

69 %

CO JE SKÓRE KVALITY (PRIME)

0 – 19 · Okrajová zmínka

20 – 49 · Relevantní

50 – 100 · Hlavní téma

Problém:

Optimalizovali jsme počet, ne dopad. Dělali jsme přesně to, co se v PR dělat nemá.

Méně výstupů. Trojnásobek dopadu.

Přestali jsme oslovovat každou. Začali jsme zajímat ty správné.

	2024	2025
Výstupy celkem	553	437
Prémiové výstupy (skóre 50+)	17	47
Celkový dosah	25 mil.	30 mil.
Pozitivní dosah	8,7 mil.	19,1 mil.

Jak: Tier 1 média — HN, Ekonom, SeznamZprávy. Témata, která cílová skupina skutečně čte. Konzistentně, rok za rokem.

Zdroj: Mediaboard, monitoring médií 2023-2025

Zjistili jsme, o čem se v tomto baru mluví.

89 % IT ředitelů a 87 % ekonomických ředitelů řeší AI. Mluvili jsme o AI. Konzistentně. Tři roky.

2023

454 tis.

LIDÉ ZASAŽENI
AI OBSAHEM

2024

1,55 mil.

LIDÉ ZASAŽENI
AI OBSAHEM

2025

6,17 mil.

LIDÉ ZASAŽENI
AI OBSAHEM

Výsledek:

Dosah AI obsahu +1 258 % za 3 roky. Výběr tématu není redakční rozhodnutí — je to strategické.

Dnes nás zná 10 % lidí v tomto baru.

Spontánní znalost IT ředitelů — pětinásobek za tři roky. Průzkum B-inside, n=160, firmy nad 1 mld. Kč.



56 % z těch, kdo nás znají, říká: "Znám jen jméno, nemám názor." Cíl pro příštích 12 měsíců.

Zdroj: B-inside, Brand Awareness průzkum, srpen 2025, n=160, firmy nad 1 mld. Kč



Seyfor z baru neodešel sám.

1 000 000 000 Kč

EBITDA SKUPINY SEYFOR ZA ROK 2025

5,5 mld. Kč

KONSOLIDOVANÝ OBRAT 2025

50×

RŮST ZISKU ZA POSLEDNÍCH 12 LET

Přímou čáru od článku v HN k miliardové EBITDA vám nenakreslím.
Ale konzistentní trend? Ten ukázat umím.



Návod, jak z baru neodejít sám

PR se dá měřit. A pak řídit.

1

Měřte

Spontánní znalost značky, sentiment, PRIME kvalitu výstupů — ne jen počet. Kolik lidí vás zná spontánně, ne kolik jich bylo v místnosti.

2

Vybírejte

Méně výstupů na správných místech = násobně větší dopad než více výstupů kdekoliv. Správné místo, správné téma, méně pokusů s větším dopadem.

3

Dokládejte

Propojte PR metriky s byznysem. Ne přímou čarou — ale konzistentním trendem. Brand a byznys rostou spolu.

Začíná tím, že se rozhodnete měřit to, na čem záleží. A pak to řídit.

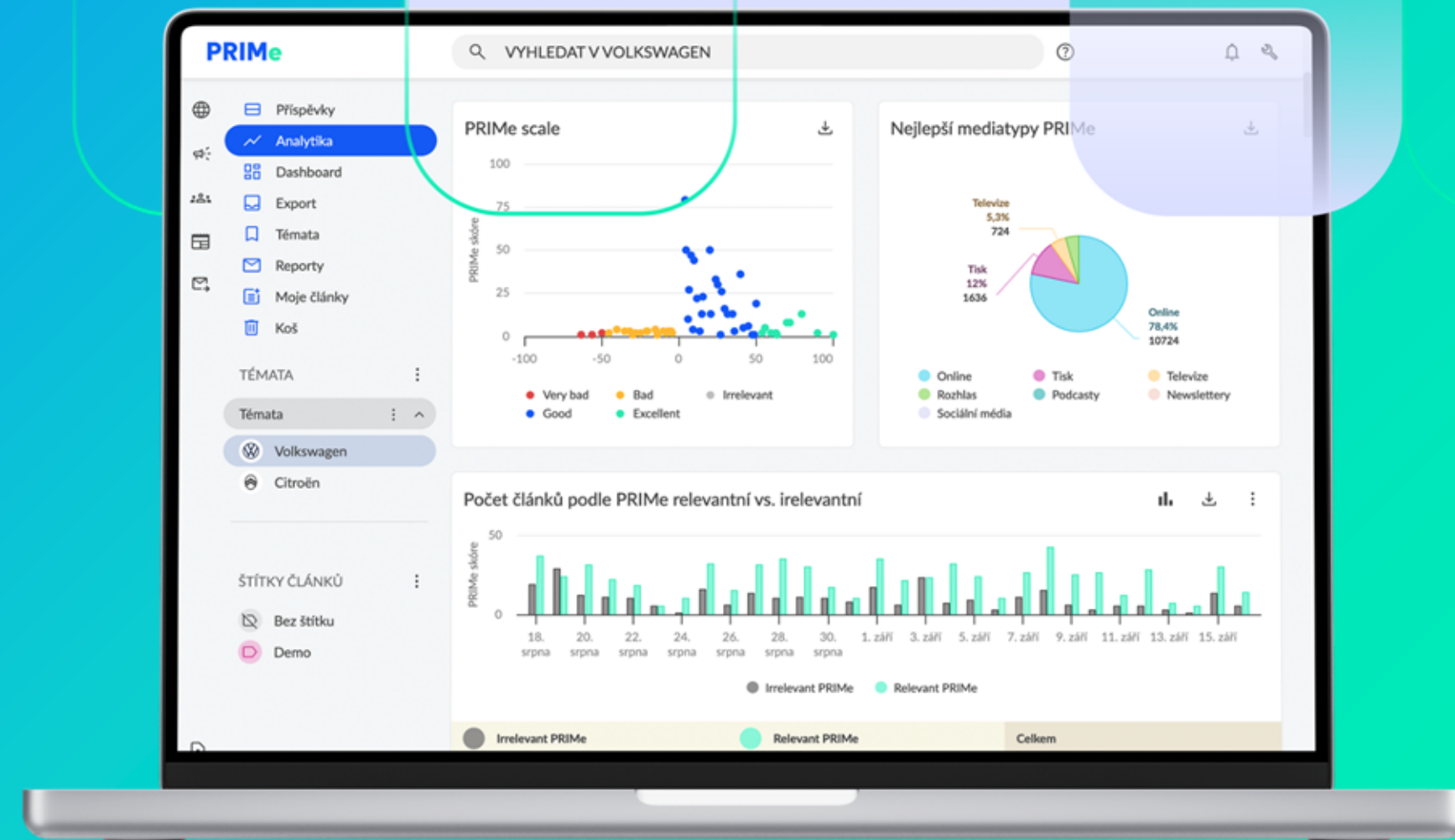
mediaboard

Být dobrý nestačí. Trh vás musí znát.

Case study Seyfor

Zdeněk Jodas | CSO Mediaboard | 9. 6. 2026

www.mediaboard.com



Na koho mluvím?

„Ne všechna viditelnost má stejnou hodnotu.“

- Znáte svojí cílovku? A víte co čte?
- Je to cílovka, která rozhoduje?
- A kdo bude rozhodovat za několik let?



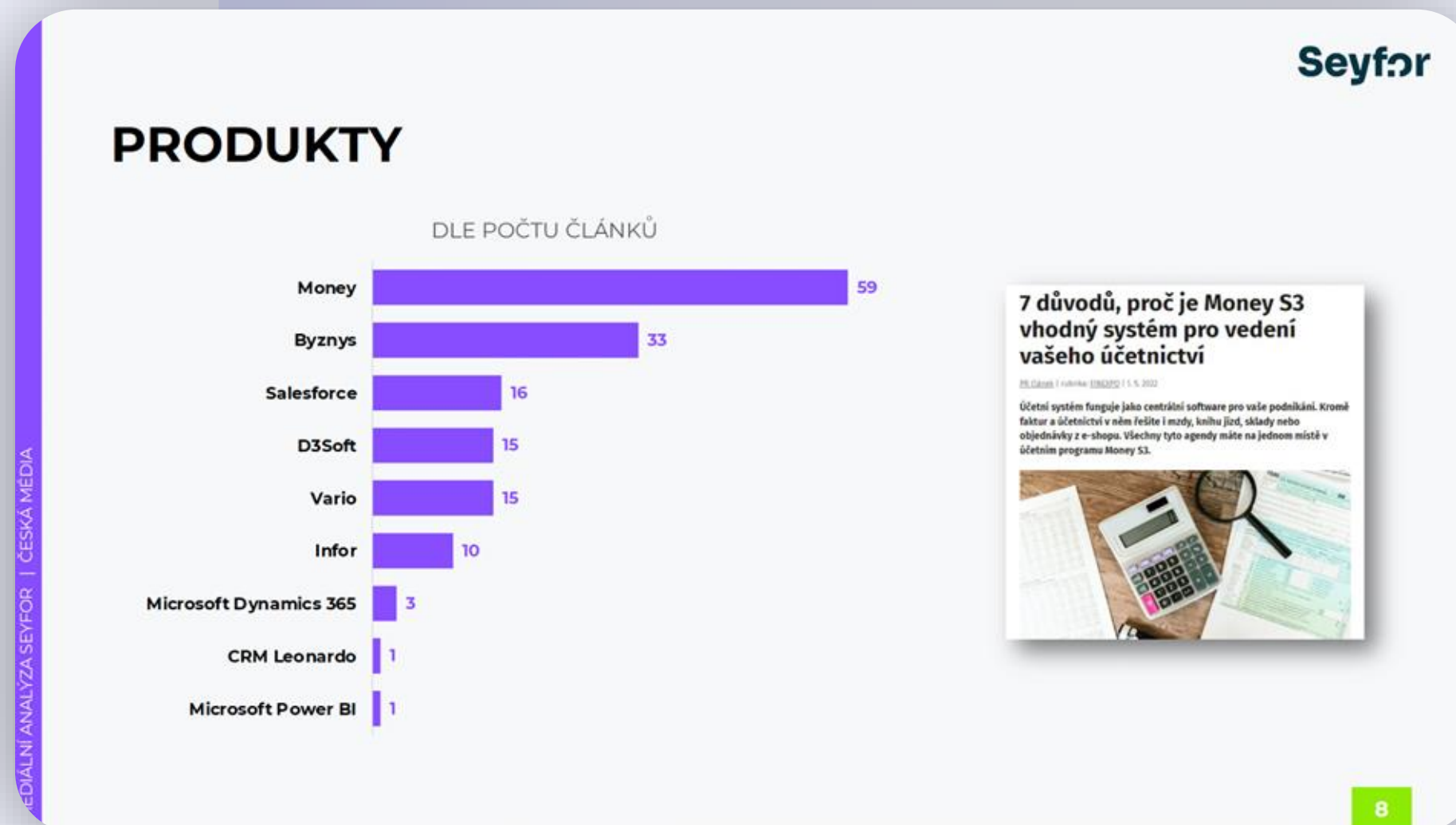


Co považujete
za úspěch?

Analýza

Jaký byl výchozí stav

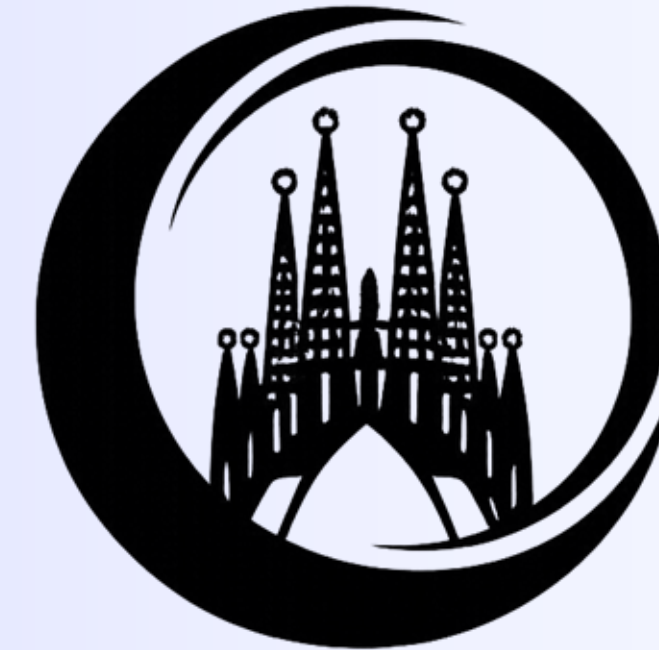
- Klient potřeboval znát výchozí stav
- Jasný a měřitelný cíl
- Klíčové – definice cílové skupiny
- měření – kvantita i kvalita
- PRIME, GRP, znalost brandu...
- hodnocení s přesahem



Analýza

Jaký byl výchozí stav

- Klient potřeboval znát výchozí stav
- Jasný a měřitelný cíl
- Klíčové – definice cílové skupiny
- měření – kvantita i kvalita
- PRIME, GRP, znalost brandu...
- hodnocení s přesahem
- transparentnost a stejná metodika



amec

Barcelona Principles V4.0

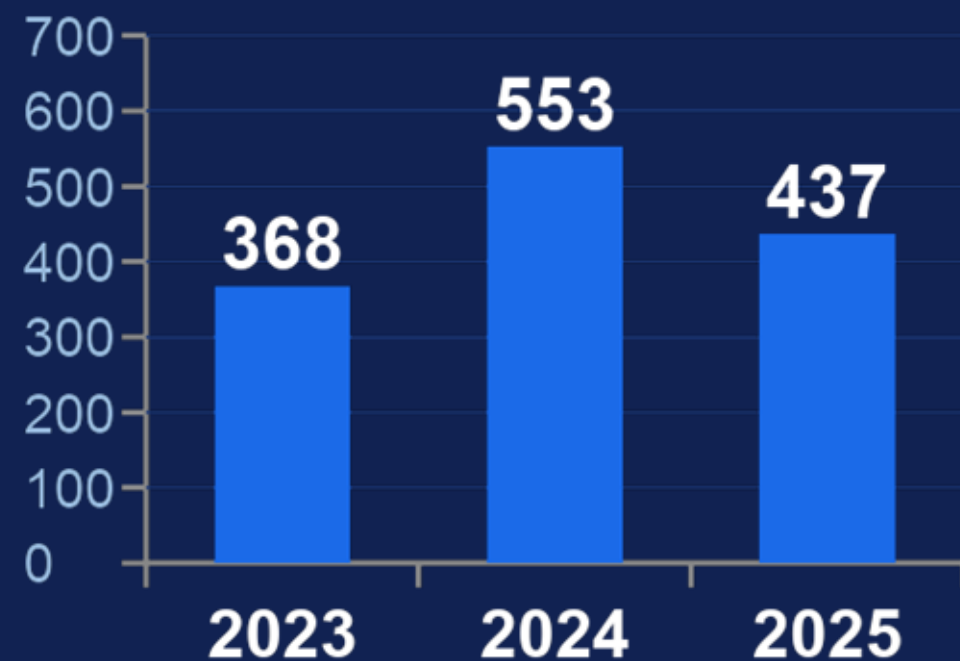
Seyfor CZ — přehled výsledků 2023–2025

Srovnání klíčových metrik mediální komunikace

REACH

Počet článků

+19 % vs. 2023

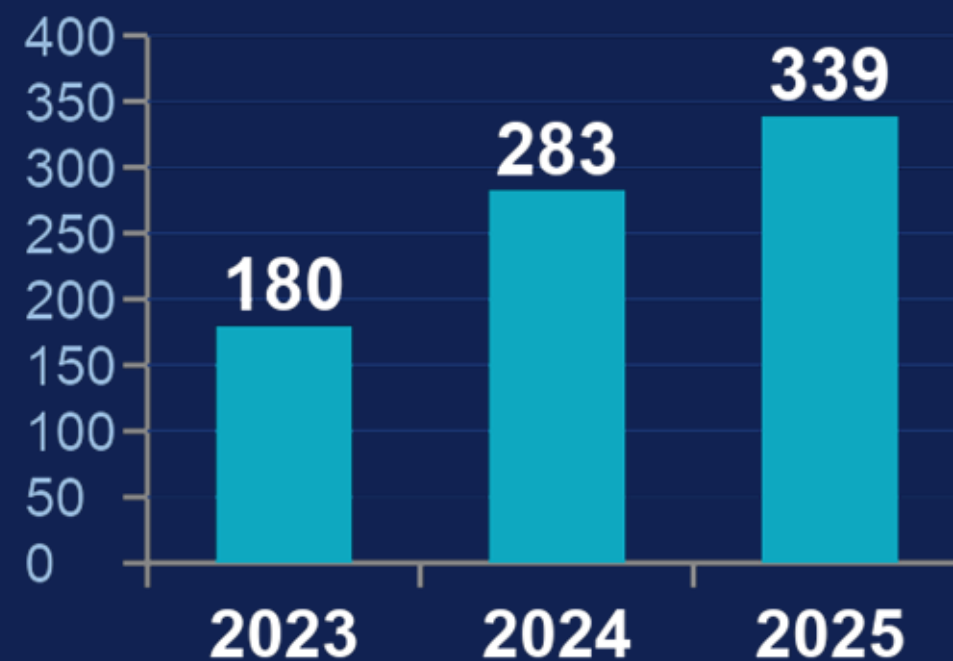


+19 % Počet článků — celkem přes 3 roky

RATING

GRP

+88 % vs. 2023

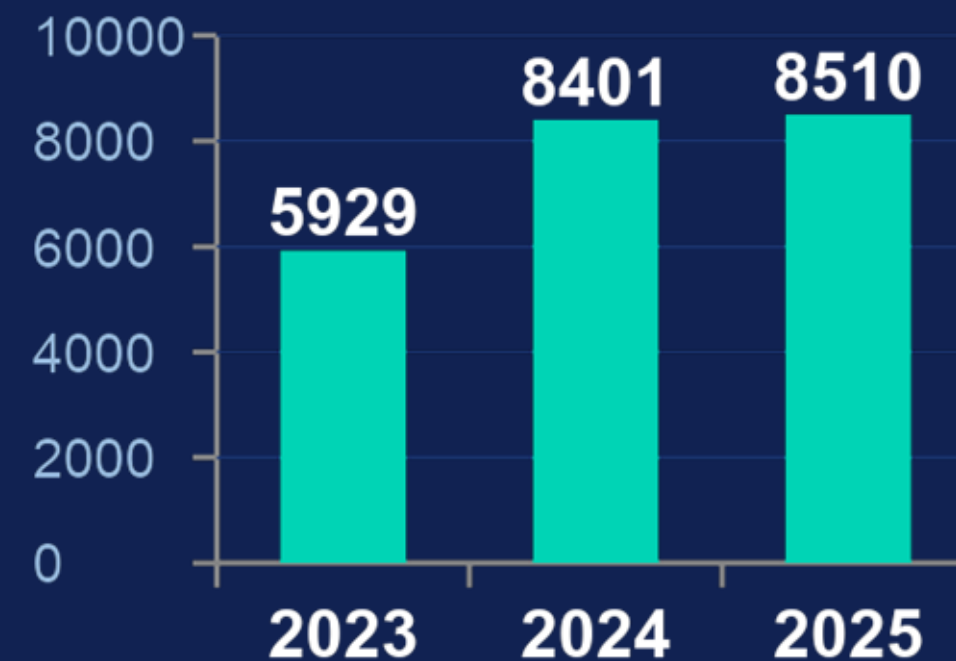


+88 % GRP — trvale roste

QUALITY

PRIME skóre

+44 % vs. 2023



+44 % PRIME — kvalita výstupů posílila

Přesun ke komunikaci do mainstreamových médií

Analýza 1 358 mediálních výstupů · GRP podíl kategorií 2023–2025

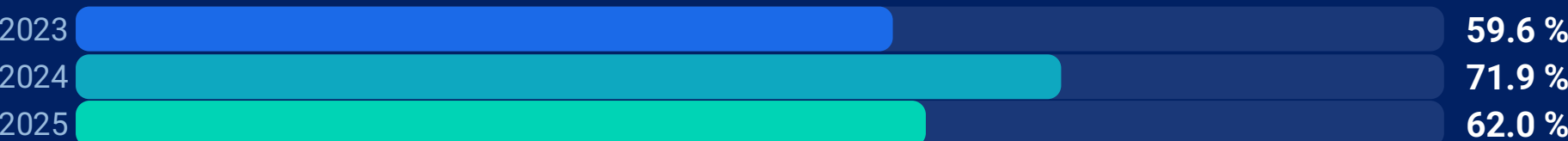
IT/tech média
GRP podíl klesl 4×
↓ 7,1 % → 1,7 %

Celkový dosah
GRP roste trvale
↑ +88 %

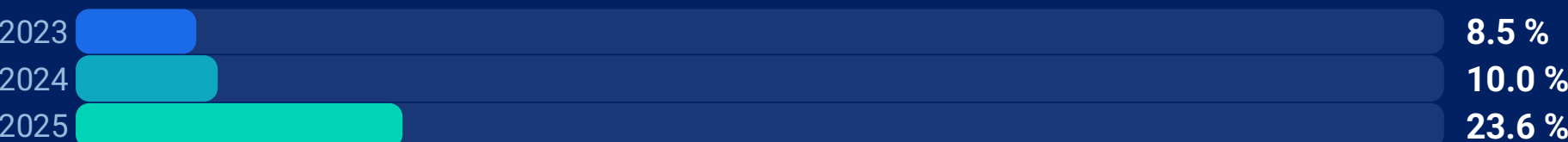
Ekonomická média
GRP podíl vzrostl 3×
↑ 8,5 % → 23,6 %

GRP podíl kategorií po letech

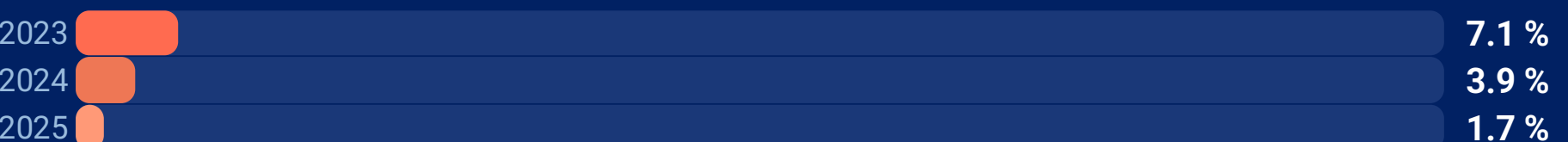
Zprávy / Politika



Ekonomika / Finance



IT / Technologie



+88 %

Celkový GRP
180 → 339 (2023–2025)

-76 %

GRP podíl IT médií
z 7,1 % na 1,7 %

+178 %

GRP podíl ekon. médií
z 8,5 % na 23,6 %

Závěr: Hypotéza potvrzena. IT/tech dosah klesl 4× · ekonomická média 3× posílila · celkový GRP +88 % — méně článků, ale výrazně větší zásah.

+58 %

Průměrný GRP/článek

0,49 → 0,78

-76 %

GRP podíl IT médií

7,1 % → 1,7 %

+178 %

GRP podíl ekon. médií

8,5 % → 23,6 %

Průměrné PRIMe / článek

+30 %

nárůst v 2025

16,4 → 15,5 → 20,2

Výborné články (PRIme ≥ 40)

16,1 %

podíl v 2025

vs. 10,2 % v 2023 (+58 %)

PRIME

Public Reach & Influence Metric

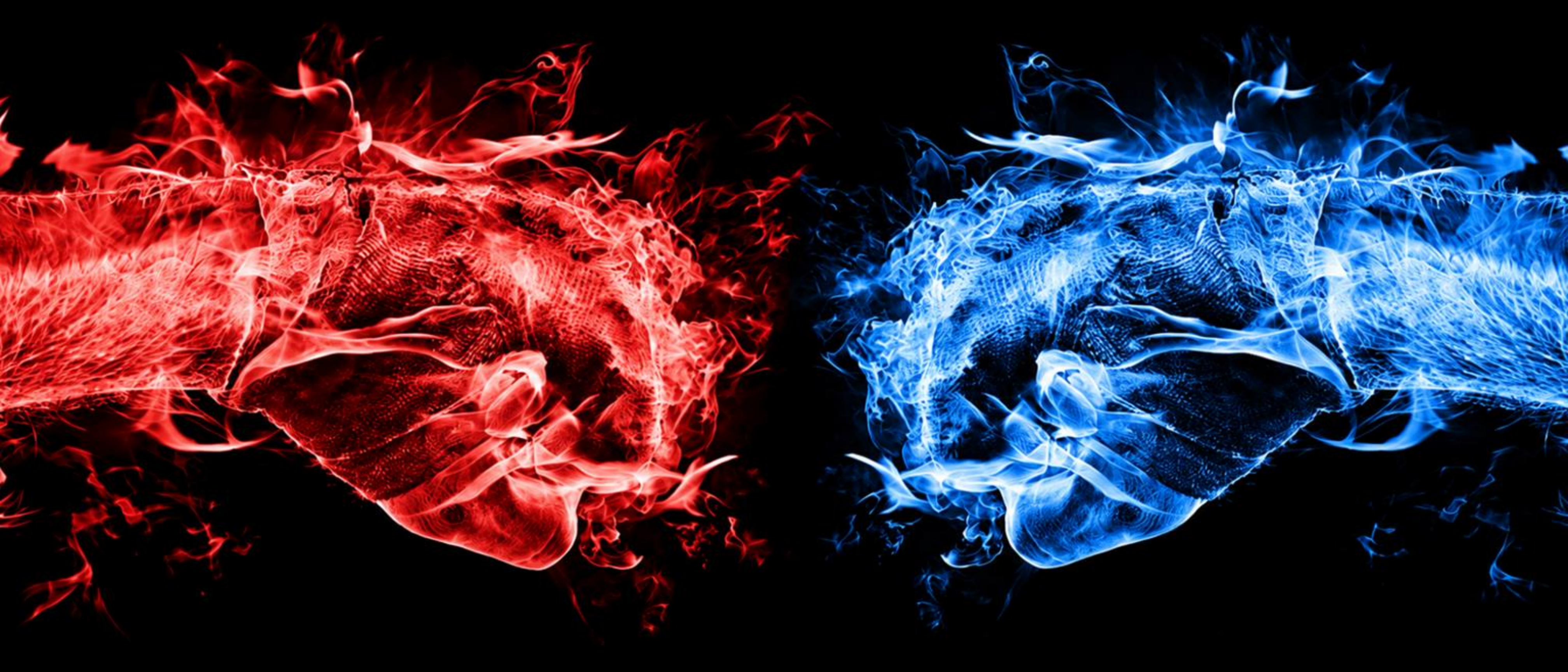
mediaboard

Špičkové výstupy (PRIme ≥ 60)

35

článků v 2025

vs. 9 v 2023 (+289 %)





mediaboard

Pojďme měřit

Zdeněk Jodas | CSO Mediaboard

zdenek.jodas@mediaboard.com



➤ www.mediaboard.com

mediaboard

Your Favourite
All-In-One
PR Platform

