TIC TECHNOLOGICKÉ INOVAČNÍ CENTRUM

Zlínský kraj Kraj bez hranic

MARKETINGOVÁ STRATEGIE INOVAČNÍHO EKOSYSTÉMU ZLÍNSKÉHO KRAJE

Zpracování dokumentu 5/2024
Zpracovatel: Technologické inovační centrum s.r.o.

Smart akcelerátor Zlínského kraje III
Registrační číslo projektu: CZ.02.01.02/00/22_009/0004705

Spolufinancováno Evropskou unií

OBSAH

1 Úvod
1.1 Aktualizace strategie
1.2 Zhodnocení realizace Marketingové strategie inovačního ekosystému 2021
1.3 Vazba na strategické dokumenty
1.4 Vazba na Regionální inovační strategii Zlínského kraje

2 Analytická část
2.1 SWOT analýza
2.2 Cílové skupiny

3 Návrhová část
3.1 Vize MKT strategie
3.2 Hlavní cíle
3.3 Opatření
3.3.1 Platforma ZLINNOVATION
3.3.2 Kampaň Live in Zlin II
3.3.3 Kampaň Created in Zlin
3.3.4 Place branding Zlínského kraje - Projekt Digitální identita
3.3.5 Komunikace domén specializace Zlínského kraje
3.3.6 Podnikatelská akademie na SŠ a Zážitkový kurz kreativity a podnikavosti na SŠ
3.3.7 Podnikatelská akademie na UTB
3.3.8 Akcelerační program Můj první milion
3.3.9 Inovační firma Zlínského kraje
3.3.10 Konference ZLINTECH
3.3.11 Expertní konzultační programy Platinn, Creatinn
3.3.12 TIC NEWS
3.3.13 TIC TALK LIVE
3.3.14 TIC TALK PODCAST
3.3.15 Měj svůj směr
3.3.16 VR PROFI LAB & ZLIN.JOBS
3.3.17 Studenti do firem
3.3.18 Systém podpory distančně vykonavatelných profesí v doménách specializace RIS ZK

4 Implementační část
4.1 Implementace

5 Seznam zkratek

6 Přílohy

7 Zdroj

ÚVOD

Marketingová strategie a na ni navazující, v intervalech aktualizovaný Komunikační plán, jsou zpracovávány jako výstupy projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje III, registrační číslo projektu: CZ.02.01.02/00/22_009/0004705.

1.1 Aktualizace strategie

Tato aktualizace Marketingové strategie inovačního ekosystému Zlínského kraje navazuje na dvě předchozí verze strategie:

- Původní verzi z roku 2018, která vznikla jako výstup projektu Smart akcelerátor Zlínského kraje I, a reagovala na potřeby inovačního ekosystému kraje shrnuté v Regionální inovační strategii Zlínského kraje (dále jen „RIS ZK“).
- Aktualizaci z roku 2021, která zohlednila vývoj v oblasti inovací a potřeby kraje v této oblasti.

Předkládaná aktualizace Marketingové strategie zohledňuje aktuální potřeby inovačního ekosystému a implementuje dílčí prvky place brandingu. Zlínský kraj schválil v květnu 2024 “Plán rozvoje regionální identity Zlínského kraje 2024/25+”, na kterém TIC spolupracoval a jehož vybrané opatření jsou zahrnuty i v této strategii.

Aktualizace strategie má mimo jiné návaznost na Metodiku marketingové a komunikační strategie, která slouží jako systémová podpora implementace a řízení Národní RIS3 (V. Kobylka, T. Avrat, 2022). Odpovědnost za realizaci Marketingové strategie nese Technologické inovační centrum (dále jen „TIC”) a strategie je platná po dobu realizace projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje III a jeho udržitelnosti.

1.2 Zhodnocení realizace aktualizované Marketingové strategie inovačního ekosystému z roku 2021

V průběhu realizace Marketingové strategie inovačního ekosystému Zlínského kraje z roku 2021 došlo k vytvoření společné platformy a brandu inovačního ekosystému **ZLINNOVATION**, což byl jeden ze strategických projektů projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje II (SA ZK II). Hlavním cílem této platformy je koordinace, propojování a propagace aktivit členů s cílem vytvořit společnou nabídku služeb cílovým skupinám v inovačním ekosystému pod jednotnou marketingovou značkou. Byla vytvořena webová prezentace platformy ZLINNOVATION www.zlinnovation.cz a proběhla komunikační kampaň na sociálních sítích, do které byli zapojeni všichni členové platformy.

Dalším marketingovým nástrojem vytvořeným v rámci SA ZK II je kampaň **Created in Zlin**, která propaguje kreativní produkty a služby podnikatelských subjektů Zlínského kraje. Do této kampaně bylo v roce 2021 zapojeno 26 podnikatelů. Součástí kampaně bylo vytvoření webu www.createdinzlin.cz a tištěného i online katalogu prezentujícího přihlášené projekty. Ocenění Created in Zlin se uděluje společně s již tradiční soutěží Inovační firma Zlínského kraje, která se pořádá s dvouletou periocitidou, stejně jako ocenění Created in Zlin.

V roce 2023 byl vyhlášen 2. ročník ocenění Created in Zlin. Do projektu se zaregistrovalo 33 kreativních počinů. Slavnostní udělení ocenění proběhlo opět společně s vyhlášením titulu Inovační firma Zlínského kraje. Pro oslovení firem pro přihlášení se do projektu Created in Zlin, i následnou prezentaci oceněných firem, byla realizována kampaň, která zahrnovala kontextovou a bannerou reklamu a reklamu na sociálních sítích. Byly natočeny video medailonky oceněných firem a motivační rozhovory s oceněnými s výzvou k přihlášení se do projektu v dalším ročníku. V roce 2021 byl vydán tištěný katalog v CZ/EN verzi s prezentací všech přihlášených projektů ročníku 2021. V roce 2024 byl vydán tištěný CZ/EN katalog, který prezentace oba ročníky projektu v jednom katalogu.

Během realizace projektu SA II byla realizována kampaň **Live in Zlin**, která prezentuje na interaktivním datově-emočním modelu jednotlivá území obcí s rozšířenou působností ve Zlínském kraji. Kultura, sport a jiné volnočasové vyžití, dostupnost nemovitostí, průměrné mzdy dle profesí a příběhy lidí, kteří v daném území našli svůj domov. V roce 2022 kampaň oslovila 400 tisíc uživatelů v online prostředí a sociálních sítích. Z toho nejvíce obyvatele Trenčínského kraje a Jihomoravského kraje ve věkové skupině 25–34 a 35–44 let.

Dále se konala v roce 2022 konference **ZLINTECH**, na které byly prezentovány výstupy Analýzy technologických trendů a aktuální výzvy v oblasti výzkumu a vývoje.

Další marketingové aktivity:
Průběžně patřily k marketingovým aktivitám také propagace Podnikatelské akademie na SŠ, Voucherů asistence (natočeny dvě případové studie projektů s využitím Voucherů asistence), Akceleračního programu Můj první milion, vzdělávacích aktivit a výstupů z analýz.

1.3 Vazba na strategické dokumenty

Tato strategie je v souladu s cíli a prioritami stanovenými v jiných krajských strategiích. Byla pečlivě navržena tak, aby vhodně doplňovala a posilovala existující iniciativy a aktivity, a to zejména v rámci jejich propagace a marketingu. Klíčová je vazba na Regionální inovační strategie ZK, respektive na Krajskou přílohu Národní RIS3 strategie za Zlínský kraj, viz kapitola 1.4.

Vzhledem k úzké spolupráci na implementaci RIS ZK se Zlínským krajem je brán velký zřetel při propagaci a marketingu inovačního ekosystému na další strategické dokumenty, které Zlínský kraj naplňuje. Jedná se zejména o hlavní rozvojový dokument kraje – Strategie rozvoje Zlínského kraje 2030 (SRZK 2030). Tento dokument v rámci své aktualizace v roce 2024 počítá s hlavní komunikační linkou navržených priorit prostřednictvím nové vizuální identity kraje – Kraj bez hranic. Důležitým aspektem, který SRZK 2030 v rámci marketingu kraje a celého ekosystému vnímá, je kvalita života. Zde vidí velký potenciál v incomingu a kampaních,

které jej podpoří. Zmiňován je například nástroj Live in Zlin a jeho další rozvoj, který marketing kraje může výrazně posilovat.

Druhým základním koncepčním dokumentem Zlínského kraje je Chytrý kraj – Strategie rozvoje chytrého regionu Zlínského kraje 2030. Tato strategie v rámci marketingu řeší SMART témata a jejich různé aplikační odvětví. Hlavním pilířem je, aby komunikovaná sdělení nesla myšlenku, že SMART Region obsahuje inovativní řešení a patří jednoznačně do inovačního ekosystému Zlínského kraje. Každá oblast chytrého regionu představuje určitou komponentu, kterou je potřeba vhodně odkomunikovat. SMART economy např. představuje konkurenceschopnost regionu, SMART living zase kvalitu života, SMART government je postaven na participaci a SMART people je tvořen lidským a sociálním kapitálem. Všechny tyto oblasti jsou respektovány v rámci marketingu inovačního ekosystému a vhodně se doplňují.

Všechny výše zmíněné strategické dokumenty jsou v souladu s národními strategiemi. Regionální inovační strategie ZK je v souladu s Národní výzkumnou a inovační strategií pro inteligentní specializaci České republiky 2021–2027 (Národní RIS3 strategie), jejíž je jednou z krajských příloh. Strategie rozvoje Zlínského kraje 2030 je stejně jako Strategie rozvoje chytrého regionu Zlínského kraje 2030 v souladu s legislativním rámcem a strategickými dokumenty v rámci ČR, jako je Strategický rámec ČR 2030, Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+, SMART Česko a další.

1.4 Vazba na Regionální inovační strategii Zlínského kraje

Regionální inovační strategie Zlínského kraje schválená Zastupitelstvem ZK ke dni 29. 6. 2020, slouží jako plánovací nástroj zaměřený na posílení inovačního prostředí v daném regionu. Pomocí RIS ZK Zlínský kraj, v souladu s cíli Evropské unie a České republiky, podporuje konkurenceschopnost regionu prostřednictvím inovací a efektivního využití veřejných investic do výzkumu a vzdělávání. Přesněji, strategie se snaží podporovat rozvoj kvalifikované pracovní síly, iniciovat inovační projekty ve firmách a podporovat vznik nových podniků, zejména těch s technologickým zaměřením. V praxi to znamená, že RIS ZK identifikuje klíčové oblasti, ve kterých má region potenciál být inovativní a konkurenceschopný.

Domény specializace Zlínského kraje

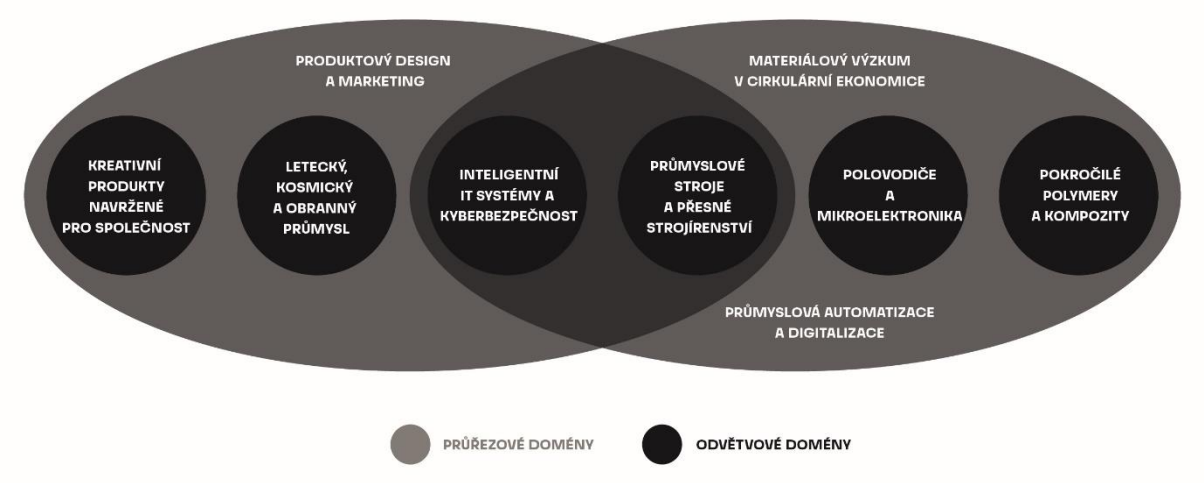
V kontextu strategického rozvoje regionů hrají klíčovou roli tzv. domény specializace. Jedná se o vybrané oblasti, které vykazují pro daný region nadprůměrný potenciál růstu a prosperity. Zaměření na rozvoj těchto oblastí umožňuje regionu posílit svou konkurenceschopnost, efektivněji využívat dostupné zdroje a dosáhnout trvalé udržitelnosti.

Souběžně s aktualizací Marketingové strategie inovačního ekosystému dochází, na základě rozsáhlé analýzy, k zpřesnění a rozšíření oblastí domén specializace Zlínského kraje, které představují klíčové oblasti, ve kterých má region silný inovační potenciál a konkurenceschopnost. Tato aktualizace domén reflektuje nejnovější trendy a vývoj v daných oblastech a posiluje tak pozici Zlínského kraje jako centra inovací a prosperity.

V Regionální inovační strategii ZK jsou definovány následující domény specializace kraje:

- Progresivní design produktů, technologií a procesů
- Polymery v cirkulární ekonomice
- Inovace v konstrukčních činnostech
- Informační, řídící a bezpečnostní systémy

Nově jsou v rámci aktualizace dokumentu RIS ZK předkládány ke schválení (květen 2024) zpřesněné a rozšířené domény specializace v tomto znění:



Vize, cíle a klíčové oblasti změn Regionální inovační strategie Zlínského kraje

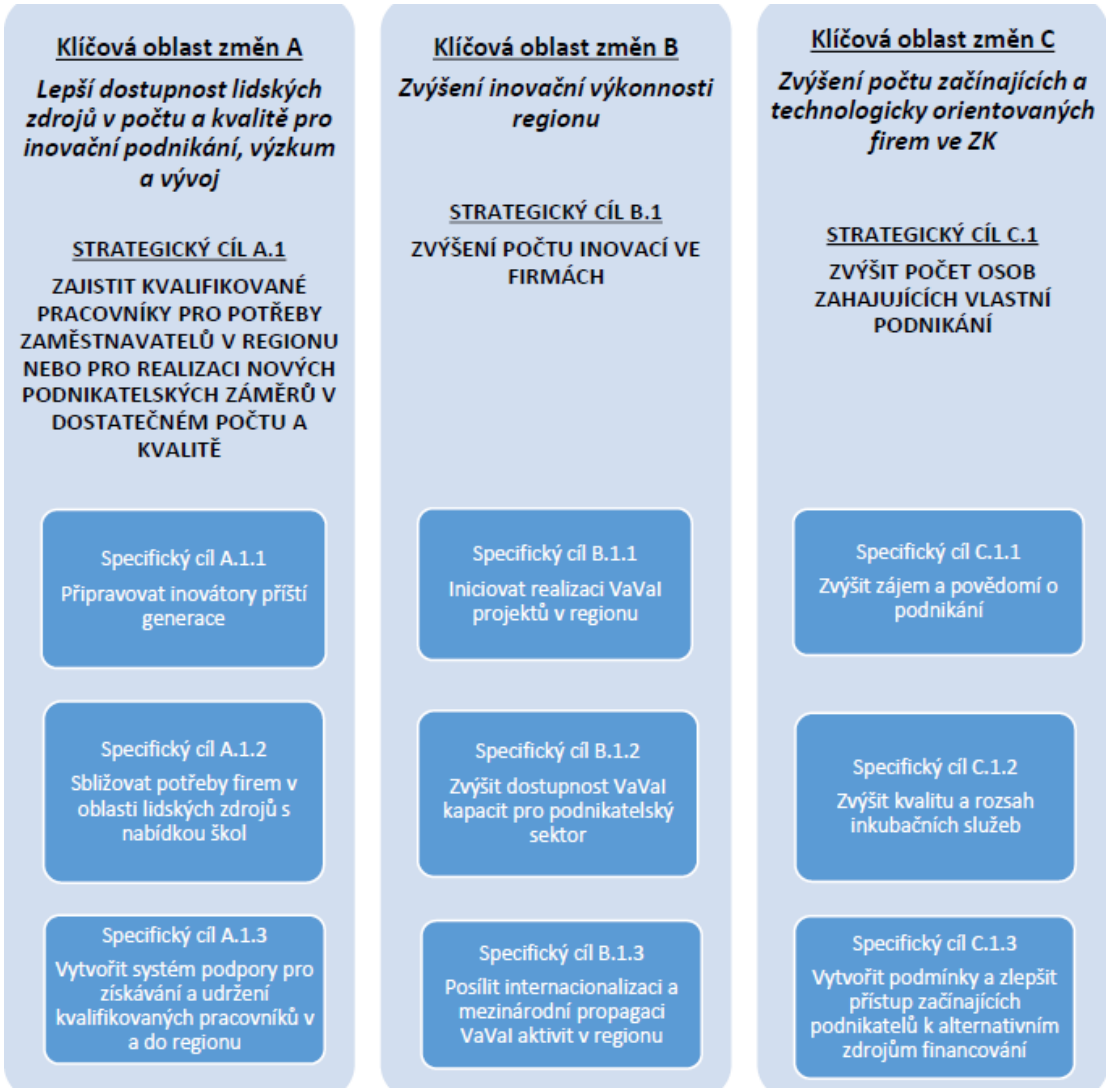
RIS ZK stanovuje vizi ve znění:

Zlínský kraj – konkurenceschopný region, otevřený inovacím, kreativitě a spolupráci.

Mezi klíčové oblasti změn patří:

- Lepší dostupnost lidských zdrojů pro inovační podnikání, výzkum a vývoj se strategickým cílem: Zajistit kvalifikované pracovníky pro potřeby zaměstnavatelů v regionu nebo pro realizaci nových podnikatelských záměrů v dostatečném počtu a kvalitě.
- Zvýšení inovační výkonnosti regionu se strategickým cílem: Zvýšení počtu inovací ve firmách.
- Zvýšení počtu začínajících a technologicky orientovaných firem ve Zlínském kraji se strategickým cílem: Zvýšit počet osob zahajujících vlastní podnikání.

V návaznosti na vizi byla definována následující soustava cílů RIS ZK:



Úlohou Marketingové strategie inovačního ekosystému Zlínského kraje je, v návaznosti na schválenou RIS ZK, komunikovat relevantní obsah jednotlivým cílovým skupinám s pokrytím dalších složek marketingového mixu. Pozornost se nutně nemusí soustředit na všechny cíle RIS ZK, ale měla by být koncentrována na část z nich, která je ve vymezeném období prioritní k naplnění.

ANALYTICKÁ ČÁST

2.1. SWOT analýza

SWOT analýza pro předkládanou Marketingovou strategii inovačního ekosystému Zlínského kraje byla provedena na základě analýzy již existujících dostupných relevantních dokumentů:

- Regionální inovační strategie Zlínského kraje (Zlínský kraj, 2020)
- Strategie rozvoje Zlínského kraje 2030 (Zlínský kraj, březen 2023 – leden 2024)
- Analýza primárních dat, dotazníkové šetření Zlínského kraje (Zlínský kraj, 2021)
- Analýza sekundárních dat, podklady pro tvorbu komunikační strategie Zlínského kraje (Zlínský kraj, 2021)
- Komunikační strategie Zlínského kraje (Zlínský kraj, 2023)

Při zpracování SWOT analýzy byl brán důraz na závěry v oblasti týkajících se oblastí komunikace, inovací, obyvatel Zlínského kraje a kvality života. Získané poznatky poslouží pro budování efektivních komunikačních kanálů a stanovení prioritních nástrojů.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
• Obyvatelé Zlínského kraje jsou spokojeni se **životem v kraji, vnímají ho jako přátelský region a zároveň jako místo k rodinnému životu** • Zlínský kraj stojí na hodnotách: **Domov, příroda, tradice** • Nová **vizuální identita** Zlínského kraje a **Komunikační strategie** Zlínského kraje • Zlínský kraj je na špici z hlediska výdajů na **výzkum a vývoj kulturních a kreativních odvětví** • **Výrazný inovační potenciál**: Zlínský kraj disponuje bohatou průmyslovou historií a kvalifikovanou pracovní silou s rozsáhlými zkušenostmi v oblasti **výzkumu a vývoje** • **Nadprůměrný** počet **inovujících firem** v kraji • Zlepšující se **vzdělanostní úroveň** i struktura napříč všemi vzdělávacími stupni • Zlínský kraj má **vybudován funkční a stále se rozvíjející ekosystém podpory podnikání** zastřešující se pod **platformou ZLINNOVATION**, který prezentuje různými nástroji komunikace své aktivity • **Soutěž Inovační firma Zlínského kraje a ocenění Created in Zlin** – čistě marketingové nástroje prezentace úspěšných inovačních a kreativních projektů včetně synergických marketingových efektů pro zapojené, a především oceněné projekty	• Nepříliš pozitivní vnímání Zlínský kraj některými obyvateli z hlediska výše platů a cenové hladiny • Zlínský kraj **má omezený trh práce, nedostatečnou dopravní infrastrukturu a omezenou nabídku bydlení** • **Dlouhodobý úbytek osob v produktivním věku** a **prudké stárnutí pracovní síly**, doprovázený růstem počtu obyvatel v post-produktivním věku. • **Nižší atraktivita regionu** pro potenciálně nové příchozí • Odborné informace týkající se strategického rozvoje kraje jsou **komunikovány příliš složitě a nesrozumitelným jazykem** pro cílové skupiny

PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
• **Kampaň Live in Zlin II – příklady lidí, kteří do regionu přišli, jsou zde úspěšní** a mohli by tak prezentovat co je k tomu vedlo a proč se rozhodli pro Zlínský kraj • Pravidelné **setkání platformy ZLINNOVATION** i za účelem synergické komunikace • **Place branding Zlínského kraje -** budování jednotné vizuální identity Zlínského kraje a existence potenciálu rozvoje claimu **Zlínský kraj - kraj bez hranic** • Zlínský kraj je **krajem kreativních lidí a místem pro inovace** • **Komunikovat Zlínský kraj** jako **nejtvořivější region**, který stojí na **živém tvůrčím duchu** • 80 % obyvatel Zlínského kraje vyhledává informace na internetu - je důležité směřovat **komunikační aktivity do online prostoru a využít potenciál sociálních sítí** • Propojení komunikace s **destinačním marketingem**	• **Pokračující odliv mladých obyvatel** Zlínského kraje • Prohloubení již nyní **nepříznivých demografických trendů** • **Nesprávné cílení komunikace** a nastavení preferenčních komunikačních kanálů pro jednotlivé cílové skupiny • **Nepochopení publikovaných témat** cílovou skupinou

2.2 Cílové skupiny

Cílové skupiny pro Marketingovou strategii inovativního ekosystému Zlínského kraje zahrnují:

PODNIKY

Cílová skupina zahrnuje firmy, startupy a fyzické osoby s inovativním potenciálem, které sdílí zájem o růst, prosperitu, inovace, technologie a spolupráci.

Příklady vhodných komunikačních nástrojů:

- Webové stránky Zlínského kraje a jeho institucí zaměřených na podporu podnikání.
- Newslettery s informacemi o dotačních programech, legislativních změnách a akcích pro podnikatele.
- Odborné časopisy a webové portály zaměřené na specifické obory podnikání.
- Profesní sítě a komunity pro podnikatele, jako je LinkedIn a Hospodářská komora ČR.
- Akce pro podnikatele, jako jsou veletrhy, konference a workshopy.
- Direct marketing – tiskové zprávy, mailing, newsletter.

TALENTI

Rozvoj talentovaných studentů a absolventů od základních škol až po produktivní věk. Cílová skupina talentů zahrnuje širokou škálu nadaných a motivovaných jedinců s vysokým potenciálem v různých oblastech. Patří sem:

- **Studenti:** Základní, střední a vysokoškolští studenti
- **Absolventi:** Nedávní absolventi škol s relevantním vzděláním a zájmem o profesní rozvoj a uplatnění v Zlínském kraji.
- **Mladí profesionálové:** Začínající a zkušení profesionálové s talentem a potenciálem pro růst v daném oboru.
- **Vědci a výzkumníci:** Talentovaní vědci a výzkumníci s inovativními nápady a zájmem o spolupráci s firmami a institucemi v Zlínském kraji.
- **Kreativci:** Talentovaní umělci a tvůrci v různých kulturních a kreativních oblastech.

Komunikační strategie:

Při komunikaci s cílovou skupinou talentů je důležité zohlednit jejich specifické potřeby a zájmy. Efektivní komunikační strategie by měla zahrnovat:

- **Cílené kanály:** Využívání komunikačních kanálů, které jsou mezi talenty běžně používány, jako jsou webové stránky, sociální sítě, profesní platformy a studentské organizace.
- **Relevantní obsah:** Poskytování informací o možnostech vzdělávání, programech podpory talentů, kariérních příležitostech a akcích ve Zlínském kraji.
- **Motivační sdělení:** Zdůrazňování potenciálu talentů a možností, které jim Zlínský kraj nabízí pro rozvoj jejich talentu a dosažení jejich cílů.
- **Podpora síťování a spolupráce:** Zprostředkování příležitostí k navazování kontaktů a spolupráce mezi talenty.

- **Inspirace a příklady:** Prezentace příběhů úspěšných talentů ze Zlínského kraje, kteří dosáhli významných výsledků ve svém oboru.

Příklady vhodných komunikačních nástrojů:

- Webové stránky Zlínského kraje a jeho institucí zaměřených na podporu talentů.
- Sociální sítě (Facebook, Instagram, LinkedIn)
- Studentské organizace a asociace.
- Vzdělávací instituce a výzkumná centra ve Zlínském kraji.
- Kariérní veletrhy pro studenty a absolventy.

INVESTOŘI

Cílová skupina investorů zahrnuje širokou škálu osob a institucí, které investují do firem a projektů v regionu. Pro jejich oslovení se předpokládá spolupráce se Zlínským krajem a jím zřizovaných organizací (např. ZRIA, a.s. apod.).

TURISTÉ

Cílová skupina turistů zahrnuje širokou škálu osob, které navštěvují region za různými účely (poznávání, zážitky, byznys...). Pro oslovení cílové skupiny TURISTÉ se opět předpokládá spolupráce se Zlínským krajem a jím zřizovaných organizací (např. Centrálou cestovního ruchu Východní Moravy) a také oblastními destinačními managementy.

VEŘEJNOST

Veřejnost, jako termín, zahrnuje všechny jednotlivce, tedy občany obecně. V souvislosti s navrhovanou komunikační strategií se tím míní kdokoli, kdo žije ve Zlínském kraji nebo mimo něj.

Pro oslovení této cílové skupiny se předpokládá spolupráce se Zlínským krajem, který se snaží aktivně komunikovat s širokou veřejností a informovat ji o svých aktivitách, plánech a projektech. K tomu využívá různé komunikační kanály a nástroje, které mu umožňují oslovit co nejširší okruh osob (např. akce typu Den Zlínského kraje, Chutě Zlínského kraje apod.).

NÁVRHOVÁ ČÁST

3.1. Vize

V roce 2021 Zlínský kraj zahájil cestu k budování silnější značky s cílem prezentovat se jako **“nejtvořivější region”**. Tato vize odráží ambici kraje stát se centrem inovací, kreativity a talentu a zároveň zdůrazňuje jeho jedinečné vlastnosti a hodnoty.

Hlavní hodnoty Zlínského kraje:

- **Světovost:** Zaměření na globální uznání a úspěchy lokálních tvůrců.
- **Odvaha:** Podpora inovativních přístupů a odvážných řešení.
- **Otevřenost:** Vítání talentů a inspirace z celého světa.
- **Lidskost:** Budování silných komunit a péče o blaho obyvatel.
- **Tvořivost:** Podpora tvůrčího myšlení a rozvoje talentů v regionu.

V roce 2022 Zlínský kraj představil veřejnosti novou vizuální identitu, která prezentuje Zlínský kraj jako tradiční region s "**živým tvůrčím duchem**" a s podnikatelskou DNA. Nový brand postupně Zlínský kraj a jeho úřad implementoval již v řadě materiálů (komunikační materiály, sociální sítě, webové stránky kraje, rebranding budovy sídla kraje). Vznikla microsite www.krajbezhranic.cz, animace a krajského image videa. Vznikla **Komunikační strategie** kraje (2023), která se zaměřila na posílení identity a sjednocení sdělení. Hlavním cílem bylo efektivně propagovat inovační ekosystém a posunout vnímání stěžejních hodnot spjatých se Zlínským krajem.

V roce 2024 se Zlínský kraj zaměřují na **další rozvoj a budování značky** Zlínského kraje a efektivní propagaci inovačního ekosystému.

3.2. Hlavní cíle

Rozvoj inovačního ekosystému Zlínského kraje

Marketingová strategie inovačního ekosystému Zlínského kraje si klade za cíl vybranými opatřeními a aktivitami podporovat růst a prosperitu inovačního prostředí v regionu v souladu s cíli Regionální inovační strategie. Marketingová strategie se zaměřuje na dosažení hlavního cíle a vedlejších cílů:

Hlavní cíl a vize:

Efektivně propagovat a podporovat růst inovačního ekosystému Zlínského kraje.

Specifické cíle:

C1: Podpora talent managementu a kariérového směřování žáků ZŠ a SŠ.

C2: Podpora podnikavosti studentů a absolventů.

C3: Podporu startupů a malých a středních podniků.

C4: Rozvoj infrastruktury pro inovace a výzkum.

C5: Posilování spolupráce a další rozvoj mezi akademickými institucemi, firmami a veřejným sektorem.

C6: Spolupráce na rozvoji place brandingu Zlínského kraje.

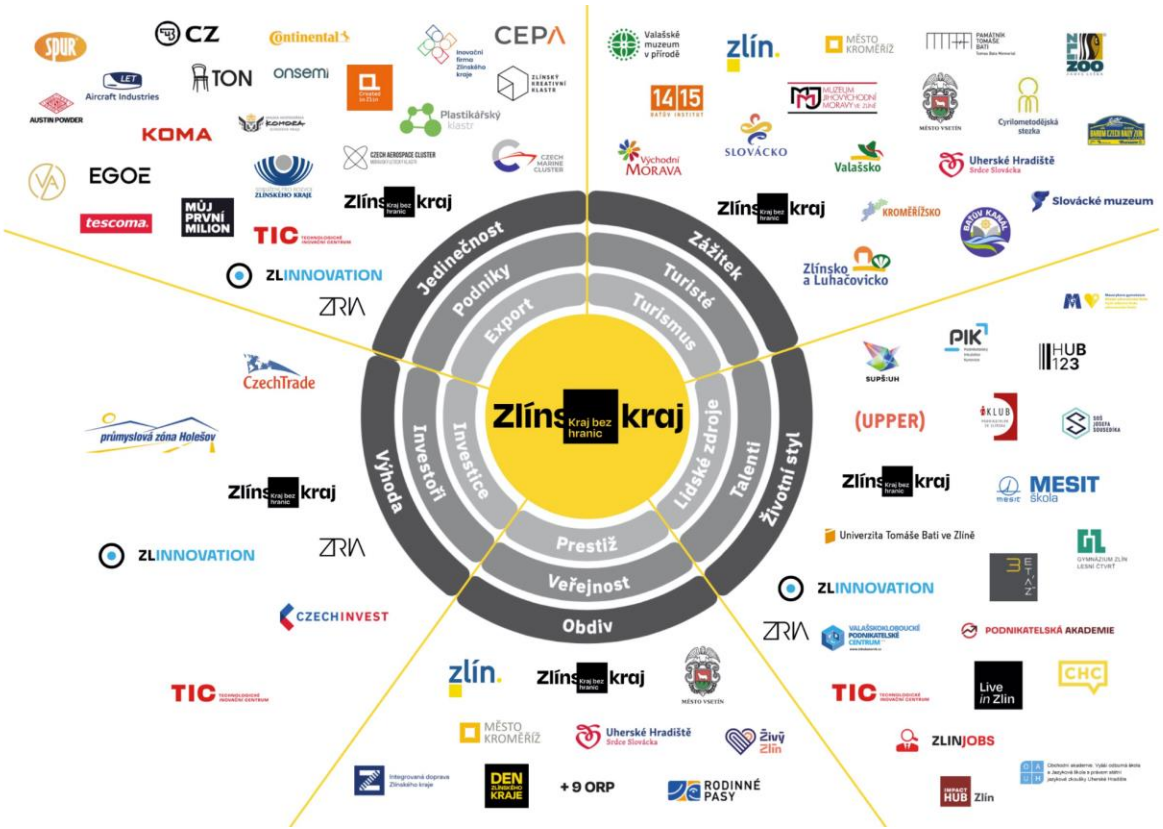
Vedlejší cíle:

- Zvýšit viditelnost Zlínského kraje pomocí digitálního marketingu.
- Posílit globální vnímání Zlínského kraje jako atraktivní destinace pro život, práci a investice.
- Zlepšit kvalitu života v kraji.
- Přilákat návštěvníky, partnery, investory a vysoce kvalifikované talenty do Zlínského kraje.
- Zvýšit export lokálních podniků ze Zlínského kraje.
- Profesionalizovat komunikaci o Zlínském kraji.
- Posílit místní hrdost a vztah k místu mezi obyvateli Zlínského kraje.

Dosažení těchto cílů bude vyžadovat úzkou spolupráci všech zainteresovaných aktérů inovačního ekosystému Zlínského kraje. Ve Zlínském kraji již existuje silný základ pro spolupráci mezi jednotlivými aktéry inovačního ekosystému, a tím je vybudovaná platforma ZLINNOVATION. Tato platforma nyní čítá 17 členů a je otevřena pro další subjekty, které členská základna schválí.

Níže uvedený obrázek ilustruje vybrané aktéry, které bude potřeba zainteresovat do různých opatření v rámci implementace place brandingu dle schváleného Plánu rozvoje regionální identity Zlínského kraje. Některé znázorněné instituce jsou členy ZLINNOVATION, někteří s členy již aktivně spolupracují na vybraných projektech.

Začlenění zainteresovaných stran dle jednotlivých cílových skupin v rámci Plánu rozvoje regionální identity ZK



3.3 Opatření

Opatření představují a popisují kampaně a nástroje pro naplnění cílů a svým rozprostřením pokrývají výše uvedené cílové skupiny. Není ambicí Marketingové strategie implementovat všechny opatření v rámci place brandingu Zlínského kraje (např. cestovní ruch, investice). Ve výčtu opatření jsou aktivity organizované výhradně Technologickým inovačním centrem a realizované v partnerství s dalšími subjekty inovačního ekosystému ZK.

3.3.1 Platforma ZLINNOVATION

Zlínský kraj se může pyšnit robustní infrastrukturou pro podporu inovativního podnikání, která je jedinečná v celé České republice. Před vznikem platformy ZLINNOVATION chyběla v kraji jednotná prezentace nabídky služeb pro podnikatele, talenty a veřejnost, což tato komunikační platforma inovačního ekosystému úspěšně napravuje.

ZLINNOVATION vznikla v roce 2021. Mezi členy této platformy patří klíčoví aktéři podnikatelské podpory v regionu (platforma má aktuálně 17 členů, květen 2024). Díky této síti institucí je k dispozici široká škála služeb, které společně tvoří komplexní podporu pro začínající podniky, startupy, a i etablované firmy ve Zlínském kraji. Platforma aktuálně disponuje nabídkou více než 110 služeb.

Hlavní funkce platformy:

- **Databáze:** Komplexní databáze subjektů inovačního ekosystému, projektů a programů podpory.
- **Vyhledávání:** Možnost vyhledávat subjekty, projekty a programy.
- **Profilování:** Možnost vytvářet profily subjektů a prezentovat jejich aktivity a know-how.
- **Networking**: Možnost navazovat kontakty a budovat partnerství s ostatními členy platformy.
- **Akce:** Kalendář akcí v oblasti inovací, podnikání a vzdělávání.
- **Novinky:** Informace o novinkách v oblasti inovací a aktivitách platformy.

Platforma nenabízí pouze informace online na webových stránkách platformy www.zlinnovation.cz, ale také organizuje setkání členů. Jedním z těchto akcí byla ZLINNOVATION Tour 2023, během níž členové platformy navštívili region Valašské Klobouky, Kunovice a Holešov. Cílem těchto setkání bylo lépe poznat prostředí, ve kterém členové provádějí své aktivity, a posílit spolupráci a sdílení informací.

Webová platforma ZLINNOVATION je k dispozici v anglické a španělské jazykové mutaci, čímž dělá region atraktivním pro podnikání a inovace nejen v rámci České republiky, ale i za jejími hranicemi.

Kampaň pro rozvoj platformy ZLINNOVATION

Kampaň ZLINNOVATION je strategickým krokem k posílení a propojení inovačního ekosystému ve Zlínském kraji. Zaměřuje se na budování povědomí o platformě

ZLINNOVATION. Komunikace bude cílit na podnikatele, talenty, investory a veřejnost a kombinuje jak online, tak offline aktivity.

Online aktivity

Kampaň bude zahrnovat online aktivity, jako je bannerová kampaň na sociálních sítích. Cílem online aktivit je oslovit široké publikum a zvýšit povědomí o platformě ZLINNOVATION a jejich nabídkách.

Offline aktivity
Kampaň bude zahrnovat i offline aktivity, jako je inzertní kampaň v tiskovinách a letáková kampaň. Cílem offline aktivit je oslovit ty, kteří nejsou aktivními uživateli internetu, a informovat je o platformě ZLINNOVATION.

Roadshow

Úspěšnou aktivitou, která začala v roce 2023, je Roadshow ZLINNOVATION, proto bychom na ni rádi navázali i v dalších letech (2024 - 2026). Roadshow přináší platformu do regionů Zlínského kraje formou veřejných setkání. Ty kombinují interní program pro členy platformy s prezentací ekosystému pro pozvané hosty z řad lokálních politiků a podnikatelů. Plánované termíny a lokality roadshow budou vybírány tak, aby postupně roadshow navštívila všechny okresy Zlínského kraje.

Webový portál ZLINNOVATION

Důležitou součástí kampaně je také aktualizace webového portálu ZLINNOVATION, která zahrnuje doplnění sdíleného kalendáře událostí a doplnění datového skladiště (analýzy, propagační materiály apod.).

Série prezentací zaměřených na jednotlivé témata platformy ZLINNOVATION

Cílem těchto prezentací je nejen sdílení znalostí a zkušeností, ale také budování komunity platformy ZLINNOVATION a posílení povědomí o důležitosti inovací a podnikání ve Zlínském kraji. Součástí této aktivity bude také obohacení portálu ZLINNOVATION o záznamy prezentací, aby byla dostupná i těm, kteří se nemohli zúčastnit živých akcí. Takto se platforma ZLINNOVATION stává ještě více dostupnou a cennou zdrojovou informací pro podnikatele, studenty a veřejnost v Zlínském kraji.

Série prezentací bude zaměřená na jednotlivé témata platformy ZLINNOVATION, jako je kreativita, inovace, výzkum a vývoj, koučing, lidský potenciál a veřejnost. Moderátorem každé prezentace bude zástupce Technologického inovačního centra společně se zástupci garantů jednotlivých témat. Tato setkání budou streamována živě na sociálních sítích. Diváci budou mít také možnost položit otázky.

Téma "**Kreativita a podnikavost**", se zaměří na podněcování kreativity ve firemním prostředí a tvorbu inovačního prostředí.

Téma "**Nápad a Inovace**", kde se bude věnovat procesu generování a hodnocení nápadů ve firemním prostředí.

Téma "**Výzkum a vývoj**" se zaměří na důležitost investic do výzkumu a vývoje pro konkurenceschopnost firem.

Téma "**Koučing a expanze**" přinese pohled na efektivní využívání koučingových metod pro rozvoj firemního vedení.

Téma "**Lidský potenciál**" bude zkoumat nové trendy ve správě lidských zdrojů a zaměstnaneckého rozvoje.

Téma "**Veřejnost ve Zlínském kraji**" se zaměří na spolupráci firem s místní komunitou a zapojení projektů a bude zahrnovat i téma sociální odpovědnosti firem.

Očekávané výsledky kampaně ZLINNOVATION:

- Zvýšení povědomí o platformě ZLINNOVATION a jejich nabídkách.
- Posílení komunity platformy ZLINNOVATION a aktivní zapojení členů.
- Obohacení portálu ZLINNOVATION o kvalitní a užitečný obsah.
- Podpora sdílení znalostí a zkušeností mezi členy platformy.
- Propojení inovačního ekosystému s dalšími aktéry mimo inovační sféru.
- Zvýšení atraktivity Zlínského kraje pro podnikání a inovace.

3.3.2 Kampaň Live in Zlin II

Kampaň Live in Zlin II navazuje na úspěšný projekt Live in Zlin z roku 2022 a zdůrazňuje benefity života ve Zlínském kraji. Kampaň bude opět postavena na mediální propagaci s cílem oslovit cílovou skupinu ekonomicky aktivních obyvatel příhraničních regionů Slovenska - Trenčínského a Žilinského kraje. Tyto dva kraje byly vybrány s ohledem na výsledky kampaně Live in Zlin v roce 2022, kde v těchto regionech měla kampaň největší zásah.

Cíle kampaně:

- Nastartovat příchod nových obyvatel do Zlínského kraje.
- Zviditelnit Zlínský kraj na Slovensku.
- Zvýšit zájem o návštěvu Zlínského kraje.

Kampaň Live in Zlin II:

- **Využití dat a poznatků z kampaně Live in Zlin:** Kampaň bude vycházet z dat a poznatků z kampaně Live in Zlin, s důrazem na benefity, které nejvíce oslovily cílové publikum.
- **Mediální kampaň**: Kampaň bude zahrnovat různé mediální kanály, jako jsou online reklama, sociální sítě, PR aktivity a influencer marketing.
- **Cílení na Trenčínský a Žilinský kraj:** Kampaň bude primárně cílena na obyvatele Trenčínského a Žilinského kraje, s využitím microsite ve slovenském jazyce.
- **Využití videí:** V rámci kampaně Live in Zlin II bude zařazena série videí s lidmi ze Slovenska, kteří např. ve Zlíně studovali a po ukončení studií se rozhodli se zde usadit. Tato videa budou sloužit k autentické prezentaci benefitů života ve Zlínském kraji a k oslovení cílové skupiny slovenských občanů.

- **Microsite ve slovenském jazyce:** Podstránka webu www.liveinzlin.cz bude aktualizována a rozšířena o informace o možnostech života a práce v regionu pro občany Slovenska.

3.3.3 Kampaň Created in Zlin

Kampaň Created in Zlin je zaměřena na propagaci produktů podnikatelských subjektů Zlínského kraje s vysokou přidanou hodnotou, které vznikly díky kreativnímu a inovativnímu přístupu. Kampaň navazuje na úspěšné ročníky 2021 a 2023 a bude probíhat i v roce 2025.

Cíle kampaně:

- Propagovat kreativitu a design produktů s vysokou přidanou hodnotou ze Zlínského kraje.
- Prezentovat podnikatele pod společnou značkou Created in Zlin na tuzemských i zahraničních akcích.
- Podporovat kulturní a kreativní průmysly v regionu.
- Zviditelnit regionální firmy na trhu a posílit prestiž Zlínského kraje.
- Zvýšit motivaci firem k využívání kreativních průmyslů ve své činnosti.
- Podporovat spolupráci mezi firmami v regionu.

Cílová skupina:

- Odborná i široká veřejnost
- Podnikatelé ze Zlínského kraje
- Veřejnost, která oceňuje kreativní a inovativní produkty
- Média a instituce zaměřené na podporu podnikání a kreativity

Forma komunikace:

- Slavnostní předání ocenění společně s udělením titulu Inovační firma Zlínského kraje.
- Ocenění nejlepších produktů - předání “zlaté cihly” a jejich následná propagace na sociálních sítích.
- Online představení všech přihlášených projektů v online galerii na webu www.createdizlin.cz.
- Vydání tištěného katalogu, v česko-anglické jazykové verzi, prezentující všechny přihlášené projekty a jeho následná distribuce.

Značka Created in Zlin:

- Produkty oceněné v kampani mohou používat značku Created in Zlin při své další propagaci.
- Kampaň bude komunikovat samotnou značku a také jednotlivé oceněné produkty.

Přínosy kampaně:

- Zviditelnění regionálních firem na trhu
- Posílení prestiže a atraktivnosti Zlínského kraje
- Zvýšení motivace firem k využívání kreativních průmyslů

- Podpora spolupráce mezi firmami v regionu
- Zvýšení povědomí o inovačních a podnikatelských aktivitách v kraji

3.3.4 Place branding Zlínského kraje – Projekt Digitální identita

Ve Zlínském kraji je nespočet projektů a aktivit, které jsou spojené společným jmenovatelem – regionem samotným. Přestože tyto aktivity představují kreativní potenciál a dynamiku kraje, jejich digitální prezentace je často rozptýlená. Mnohé z nich se prezentují samostatně na vlastních webových stránkách či stránkách jejich zakladatelů a organizátorů, což umožňuje přímější spojení s krajskou identitou a komplikuje hledání informací.

V zájmu posílení regionální identity a zjednodušení přístupu k informacím pro obyvatele i návštěvníky navrhujeme vytvoření centrálního digitálního nástroje. Tato platforma - portál - by centralizovala veškeré informace, sjednotila online přítomnost a posílila by tak spojitost mezi jednotlivými projekty a celkovou prezentací kraje.

Nově vzniklý portál by se stal primárním zdrojem informací z klíčových oblastí pro rozvoj kraje. Nejen že by toto řešení vedlo k efektivnějšímu sdílení informací a ulehčilo orientaci v nabídce kraje, ale rovněž by nabídlo prostor pro aktivní prezentaci hodnot a poslání Zlínského kraje. Tímto krokem bychom nejen podpořili jednotnou regionální identitu, ale i umožnili jednotlivým projektům a organizacím sdílet své příběhy v kontextu širšího regionálního příběhu, který společně vytváříme.

Vznikla by platforma (digitální nástroj) zlinregion.com, která by účelně koncentrovala informace pro všechny cílové skupiny a sdružovala pod sebe několik strategických podoblastí.

zlinregion.com

Portál pro podnikání

Cílová skupina PODNIKY, INVESTOŘI

První fází implementace projektu je vybudování podoblasti podnikání **zlinbusinessregion.com.** Bude sloužit jako vstupní brána do světa businessu ve Zlínském kraji. Tento portál bude agregovat informace o podnikání a pro podnikatele s propojením na další projekty. Zároveň poskytne podpůrné materiály umožňující jednotnou komunikaci businessu Zlínského kraje a bude představovat i akce podporující prezentaci firem v doménách specializace ZK. Logickým důsledkem bude společná prezentace firem Zlínského kraje na zahraničních veletrzích, pro prezentaci regionu v nadnárodním měřítku a další synergické benefity pro zapojené subjekty.

Portál pro talenty

Cílová skupina: TALENTI

V souvislosti s tím se nabízí synergické propojení s další oblastí a tedy vznik **zlintalentregion.com**, který bude sloužit jako portál sdružující soubor nástrojů určených pro rozvoj talentů. A v podobném duchu jako u portálu pro podnikání i poskytnutí podpůrných brandových materiálů pro studenty a jejich rodiče, stejně jako představování akcí, které odporují propojení talentů s firmami.

Do budoucna by pak mohly vzniknout další mutace portálů pro oblast investic či cestovního ruchu.

Ukázka návrhu řešení (wireframe demonstrující strukturu a obsah portálů)

3.3.5 Komunikace domén specializace Zlínského kraje

V návaznosti na rozsáhlé analýzy dochází k upřesnění a rozšíření domén specializace Zlínského kraje. Tato revize zahrnuje např. integraci klíčových high-tech oblastí, jako je **aerospace & defence** a **polovodiče & mikroelektronika**, které představují excelentní pilíře regionální ekonomiky (viz kapitola 1.4).

Forma komunikace:

- **Využití portálu Katalog firem Zlínského kraje:** Implementace funkce pro vyhledávání a třídění firem dle relevantní domény specializace.
- **Networkingové akce:** Organizování Inovačních platforem v doménách specializace, s cílem propojit firmy, investory a další aktéry v rámci daných oblastí.

3.3.6 Podnikatelská akademie na SŠ a Zážitkový kurz kreativity a podnikavosti na SŠ

Kurz Podnikatelská akademie na SŠ se zaměřuje na podporu kreativity, podnikání a podnikavosti u žáků středních škol ve Zlínském kraji. Nabízí jim jedinečnou příležitost vyzkoušet si budování vlastního startupu/byznysu od samého začátku. Podnikatelská akademie obsahuje moduly zahrnující témata práva v podnikání, ekonomiky, marketingu a další relevantní oblasti. Tento kurz je završen obhajobou podnikatelského záměru před komisí. Tímto způsobem získávají studenti nejen teoretické znalosti, ale také praktické zkušenosti, které jsou klíčové pro úspěšné podnikání. Kurz je postaven na spolupráci se zkušenými profesionály z praxe, kteří předávají žákům cenné poznatky a rady ze světa podnikání.

Kurz Podnikatelská akademie volně navazuje na Zážitkový kurz pro střední školy v oblasti kreativity a podnikavosti. Kurz se zaměřuje na rozvoj klíčových kompetencí pro 21. století. Pomocí principů zážitkové pedagogiky a sebezkušenostních technik umožňuje žákům objevovat podnikatelské příležitosti, zúročit své talenty a aktivně se zapojit do dění ve svém regionu.

Forma komunikace

Komunikace nabízených kurzů je cílena přímo na zájemce (ředitele, pedagogy odborných předmětů) z řad škol a poté jsou aktivity realizovány přímo na daných školách.

Aktivity obou kurzů jsou prezentovány na sociálních sítích, aby se zvýšilo povědomí o podpoře podnikavosti a kreativity ve Zlínském kraji. Dále jsou zpracovány případové studie ze středních škol, kde byly tyto kurzy již realizovány, aby byl demonstrován jejich pozitivní dopad a přínos pro studenty a školy. Tyto případové studie slouží jako inspirace pro další zájemce a posilují důvěryhodnost těchto aktivit.

3.3.7 Podnikatelská akademie na UTB

Podnikatelská akademie na UTB je volitelným předmětem nabízeným všem studentům fakult UTB s cílem zvyšovat podnikatelské dovednosti a kompetence. Předmět byl vytvořen přímo na míru UTB a respektuje aktuální trendy v oblasti podnikatelského vzdělávání.

Akademie poskytuje studentům příležitost akcelerovat myšlenku vytvoření vlastní podnikatelské příležitosti a transformovat tuto myšlenku do realizace vlastního podnikatelského záměru s pomocí zpětné vazby od etablovaných podnikatelů ze zlínského regionu.

Cílem předmětu je motivovat a přesvědčit studenty k volbě podnikatelské dráhy, která je podporována získáním nezbytných dovedností k odstartování úspěšného podnikání a schopností vytvořit a obhájit podrobný podnikatelský plán. Praktické aspekty jsou akcentovány, přičemž studenti se učí využívat marketingové analýzy, identifikovat mezery na trhu, provádět finanční řízení v malých podnicích a další klíčové dovednosti potřebné pro úspěch v podnikání.

Tato aktivita je synergická k dalším podpůrným nástrojům v rámci podnikatelského ekosystému Zlínského kraje jako je Akcelerační program Můj první milion.

Forma komunikace

Komunikace s cílovou skupinou studentů UTB probíhá prostřednictvím komunikačních kanálů univerzity. TIC informuje o realizaci tohoto kurzu prostřednictvím sociálních sítí.

3.3.8 Akcelerační program Můj první milion

Akcelerační program Můj první milion je dalším opatřením, které podporuje rozvoj podnikání a podnikavosti ve Zlínském kraji. Tento program je zaměřen na začínající podnikatele s inovativními nápady. Jeho cílem je transformovat tyto nápady v reálné podnikatelské příležitosti a pomoci s rozvojem podnikatelského záměru. Program je otevřen jak vysokoškolákům, tak středoškolákům, a rovněž i široké veřejnosti.

Forma komunikace

TIC komunikuje informace o tomto programu prostřednictvím sociálních sítí a PPC reklamy, aby byl dosažen co největší dosah a zájem o účast v programu. Tímto způsobem se oslovuje široká veřejnost, vysokoškoláci a středoškoláci. Realizují se také video rozhovory s předchozími účastníky a mentory akcelerátoru. Kromě online komunikačních kanálů jsou využívány také offline nástroje. Na plakátovacích plochách a v prostorách MHD jsou umístěny plakáty s informacemi o akcelerátoru a výzvou k přihlášení.

3.3.9 Inovační firma Zlínského kraje

Jedním z klíčových opatření pro podporu a propagaci inovačního ekosystému Zlínského kraje je organizace soutěže Inovační firma Zlínského kraje. Tato soutěž slouží jako vynikající platforma pro ocenění podniků, které jsou inovativní.

Propagace soutěže aktivně prezentuje úspěchy a inovace regionálních firem a zároveň posiluje povědomí o inovativním podnikatelském prostředí Zlínského kraje. Účast v soutěže je nejen způsobem, jak získat uznání a podporu veřejnosti a odborné veřejnosti, ale také příležitostí k navázání nových obchodních vztahů a spolupráce s dalšími firmami v regionu.

Forma komunikace

Online marketing:

- PPC reklamy a reklama ve vyhledávání zaměřená na relevantní klíčová slova.
- Sponzorované příspěvky na sociálních sítích (Facebook, LinkedIn, Instagram) cílené na cílovou skupinu.
- Organické příspěvky na sociálních sítích s příběhy účastníků soutěže, novinkami a informacemi o inovacích.
- Prezentace soutěže prostřednictvím komunikačních kanálů partnerů soutěže.

Offline marketing:

- Tisková zpráva o vyhlášení a poté o výsledcích soutěže rozeslaná médiím v regionu.
- Prezentace soutěže na akcích pro firmy a podnikatele.

Oficiální webové stránky soutěže www.inovacnifirma.cz
Webové stránky soutěže jsou nosným komunikačním prostředkem a informačním zdrojem pro cílovou skupinu. Webové stránky obsahují podrobné informace o soutěži, pravidla, registrační formulář, přihlášku a prezentaci oceněných firem předchozích ročníků.

Společenský galavečer: Tradiční formát, který umožňuje slavnostní vyhlášení vítězů a prezentaci oceněných inovací. Vyhlášení vítězných firem probíhá společně s předání ocenění Created in Zlin.

Očekávané výsledky:

- Zvýšení povědomí o soutěži a o inovačním potenciálu Zlínského kraje.
- Nárůst počtu přihlášených firem.
- Zvýšení prestiže soutěže a vítězných firem.
- Podpora rozvoje inovativního ekosystému Zlínského kraje.

3.3.10 Konference ZLINTECH

Třetí ročník konference ZLINTECH se uskuteční v listopadu 2024 ve Zlíně a zaměří se na téma "Společensky odpovědné firmy a regiony na jedné lodi". Akce slibuje inspirativní diskuzní panely s předními osobnostmi z oboru, které se zaměří na hodnoty a technologie propojující Evropu, státy a regiony s firmami. Program konference je rozdělen do tří bloků: Udržitelný rozvoj, Energie, data a technologie, a Vzdělávání a kreativita. Kromě hlavního programu se účastníci mohou těšit na bohatý doprovodný a společenský program včetně networkingu.

Další ročník konference proběhne v roce 2026.

Forma komunikace

Komunikace konference ZLINTECH 2024 bude zaměřena na oslovení širokého publika z řad podnikatelů, zástupců samosprávy, studentů a široké veřejnosti. Komunikace bude zahrnovat následující aktivity:

- Aktualizace webových stránek konference s kompletními informacemi o programu, tématech a řečnících.
- Aktivní propagace konference na sociálních sítích, včetně Facebooku, LinkedInu a Instagramu.
- Rozesílání newsletterů s informacemi o konferenci.
- Tisková zpráva o konference rozeslaná relevantním médiím.
- Live stream konference, záznam konference dostupný na YouTube kanálu TIC Zlín.
- Video pozvánky a rozhovory s řečníky.

Cílem komunikace je zvýšit povědomí o konferenci ZLINTECH 2024 a přilákat co nejvíce relevantních účastníků.

3.3.11 Expertní konzultační programy Platinn, Creatinn

Programy Platinn a Creatinn jsou koučingové a mentoringové programy pro firmy ve Zlínském kraji. Platinn zahrnuje vyhledávání potenciálních zájemců o mentoring, vypracování vstupní analýzy podniku, příprava plánu a oslovení kouče, zajištění zpětné vazby.

Služba Creatinn byla poprvé spuštěna v roce 2021 a zaznamenala z řad firem velkou poptávku. Služby jsou podobné jako v programu PLATINN, specializují se však na obory kreativních oborů včetně expertu z této oblasti.

Forma komunikace:

- Webové stránky - sekce věnované programům Platinn a Creatinn na webových stránkách TIC.
- Sociální sítě - příspěvky o benefitech programů a příběhy firem, které se to programů již zapojily.
- Referenční videa - referenční videa firem, které prošly programy Platinn a Creatinn.

3.3.12 TIC NEWS

Projekt TIC NEWS na portále zlin.cz je iniciativou, která se řadí mezi klíčová opatření marketingové strategie pro podporu podnikání a podnikavosti v Zlínském kraji. Tento projekt se skládá z roční série článků a bannerů na portálu zlin.cz. Cílem této série článků je poskytnout čtenářům zajímavé a inspirativní informace týkající se podnikání, inovací, kreativity a kvality života ve Zlínském kraji. Bannerová část kampaně pak doplňuje články o akce a aktivity zaměřené na podnikání, podnikavost a rozvoj talentů.

Komunikovaná témata:

- Novinky a trendy ve světě podnikání ve Zlínském kraji
- Rozhovory s úspěšnými podnikateli a kreativci
- Inovace a technologické trendy v podnikání
- Podpora malých a středních podniků
- Startupy a inovativní projekty
- Akce a události ve Zlínském kraji

Projekt TIC NEWS je pilotním projektem, který má potenciál rozšíření a zapojení celého inovačního ekosystému ve Zlínském kraji a dalších partnerských organizací. Bude probíhat po celý rok 2024 a nabídne čtenářům pravidelný přísun relevantních informací a událostí.

3.3.13 TIC TALK LIVE

TIC TALK je diskusní platforma pro podporu podnikání skrze autentické rozhovory s úspěšnými osobnostmi z různých oborů. Formát moderovaných diskusí s hosty umožňuje aktivní zapojení publika a šíření cenných znalostí a inspirace v oblasti podnikání a inovací. Od počátku roku 2024 se uskutečnily dva diskuzní panely na témata:

Cesta k prvnímu milionu:

Od začátků podnikání k prvnímu milionu: Tato diskuze se zaměřila na příběhy a zkušenosti Martina Bernátka, Ruslana Skopala a Martina Turečka, kteří sdíleli cestu od prvotních nápadů a překážek až k dosažení prvního milionu v jejich byznysu.

Business na estrogenu:

V této diskuzi se Ilona Bittnerová, Eva Klabalová a Věra Vystrčilová podělily o své zkušenosti s podnikáním v ženském světě. Diskuze se dotkla témat jako jsou specifické výzvy a příležitosti, kterým ženy v byznysu čelí, strategie a tipy pro úspěšné podnikání.

Dalšími dvěma tématy plánovanými na podzim 2024 jsou udržitelnost, design a modularita a studentské projekty.

TIC TALK LIVE je komunikován na sociálních sítích a po skončení každé z diskuzí je zpracován a zveřejněn článek na portálu zlin.cz, který shrnuje nejdůležitější momenty z akce.

3.3.14 TIC TALK PODCAST

TIC TALK PODCAST je série podcastů, jejíž cílem je sdílet inspirativní příběhy a zkušenosti z oblasti podnikání, kreativity, designu, inovací a vzdělávání ze zlínského regionu. Projekt se zaměřuje na širokou veřejnost se zájmem o daná témata, na podnikatele a startupisty, kreativce a designéry.

Podcasty jsou zveřejňovány na platformách pro sdílení podcastů Spotify a Apple Podcast a na webové stránce projektu www.tictalk.cz, kde jsou informace o hostech a všech epizodách. Propagace probíhá na sociálních sítích a portále zlin.cz. Projekt klade důraz na kvalitní obsah s inspirativními hosty a poutavým formátem.

3.3.15 Měj svůj směr

Projekt Měj svůj směr představuje inovativní iniciativu v oblasti kariérového poradenství, která je zaměřena na žáky 8. tříd základních škol, které zřizuje statutární město Zlín. Jeho hlavním cílem je poskytnout žákům podporu při objevování jejich individuálních silných stránek a talentů, aby mohli lépe určit směr svého dalšího vzdělávání a profesního uplatnění. Projekt také klade důraz na rozvoj kompetencí potřebných k efektivnímu rozhodování.

Jednotlivé části kurzu zahrnují různé aktivity a metody, které mají podpořit osobní rozvoj žáků:

- **Osobnostní testy**: Žáci absolvují různé testy, které jim pomohou lépe pochopit své silné a slabé stránky, hodnoty, zájmy a temperament.
- **Myšlenkové mapy**: Žáci se naučí pracovat s myšlenkovými mapami, což je užitečný nástroj pro uspořádání myšlenek a nápadů.
- **Virtuální realita:** Prostřednictvím virtuální reality si žáci mohou prohlédnout různé profese a lépe si tak představit, jaká povolání by pro ně mohla být vhodná.
- **Další témata**: V dlouhodobé variantě kurzu se žáci zaměří i na rozvoj podnikavosti a dalších kompetencí.

Kurz je veden zkušenými kariérními poradci a odborníky na zážitkovou pedagogiku. Nabízí se ve dvou variantách délky: standardní kurz trvá 3 bloky po 90 minutách, zatímco dlouhodobý kurz má 13 bloků po 90 minutách.

Forma komunikace:

- Konference pro rodiče žáků 8. tříd ZŠ ve Zlíně - představení kurzu Měj svůj směr a aktuálních trendů na trhu práce.
- Webové stránky projektu www.mejsvujsmer.cz se základními infomacemi o kurzu
- Video - krátké video o kurzu Měj svůj směr, které bude obsahovat informace o cíli kurzu, jeho obsahu a benefitech pro žáky a rodiče.
- Podcast o kurzu Měj svůj směr s kariérou poradkyní a zároveň lektorkou kurzu zveřejněný na platformách Spotify a Apple Podcasts.

3.3.16 VR PROFI LAB & ZLIN.JOBS

VR PROFI LAB a ZLIN.JOBS jsou unikátní nástroje, které hrají důležitou roli v profesní orientaci a kariérním rozvoji mladých lidí ve Zlínském kraji.

VR PROFI LAB je unikátní virtuální laboratoř profesí, která umožňuje žákům a studentům zažít vybranou profesi na vlastní kůži prostřednictvím 3D brýlí a virtuální reality. Program je určen především pro žáky základních škol před volbou střední školy a studenty středních škol před volbou profilových předmětů. Cílem VR PROFI LAB je usnadnit výběr budoucí profese.

Webová platforma ZLIN.JOBS slouží jako doplňkový informační zdroj k VR PROFI LAB. Nabízí podrobný popis 30 klíčových profesí Zlínského kraje, včetně statistických údajů a online prohlídky dané profese ve 360° videu. Platforma ZLIN.JOBS tak umožňuje studentům získat komplexní informace o vybraných profesích a usnadnit jim tak výběr profesní dráhy.

V roce 2024 se VR PROFI LAB a ZLIN.JOBS zaměří na propojení potřeb firem s nabídkou škol a na podporu profesního rozvoje studentů v klíčových oborech Zlínského kraje. Plánují se následující aktivity:

- Vytvoření mapových podkladů v GIS, které zobrazí relevantní školy a zaměstnavatele v regionu.
- Propojení profesních studijních programů s konkrétními firmami, s akcentem na domény specializace Zlínského kraje.
- Implementace portálu ZLIN.JOBS na portál Zlin Business Region.

3.3.17 Studenti do firem

Pilotně ověřovaný nástroj v projektu Smart Akcelerátor Zlínského kraje III "Studenti do firem" si klade za cíl propojit proaktivní studenty středních škol a Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně s nabídkami praxe, stáží a stínování od lukrativních zaměstnavatelů e Zlínském kraji. Tímto způsobem se studenti seznámí s praxí v reálném pracovním prostředí a získají cenné dovednosti a zkušenosti, které jim pomohou v budoucím profesním životě.

Pilotní nástroj "Studenti do firem" bude fungovat jako online marketplace, který propojí studenty s firmami. Marketplace bude obsahovat:

- Profily studentů s informacemi o jejich studiu, dovednostech a zájmech.
- Profily firem s nabídkami praxe, stáží a stínování.
- Vyhledávací nástroj, který studentům pomůže najít relevantní nabídky.
- Systém pro online komunikaci mezi studenty a firmami.

Marketplace bude součástí portálu Zlin Business Region.

3.3.18 Systém podpory distančně vykonavatelných profesí v doménách specializace RIS ZK

Ve Zlínském kraji panuje dlouhodobý problém s odlivem mladých lidí, kteří hledají lépe placené práce a vyvážený profesní a osobní život jinde. Analýza ukázala, že klíčem k řešení je nabídka tzv. distančních profesí, které umožňují pracovat z domova a splňují požadavky na work-life balance. Cílem projektu je prozkoumat potenciál těchto profesí v kraji a navrhnout systém podpory pro jejich zavádění a celoživotní vzdělávání. Očekává se, že projekt povede ke zvýšení nabídky distančních profesí, zájmu o práci v kraji, zlepšení work-life balance a snížení ekonomické migrace. Součástí projektu bude i nastavení nástrojů pro efektivní komunikaci s cílovou skupinou.

IMPLEMENTAČNÍ ČÁST

4. Implementace

Organizační zajištění implementace a evaluace je popsáno ve vztahu k jednotlivým opatřením strategie.

Platforma ZLINNOVATION

Realizátor: TIC (administrátor platformy) + členové platformy ZLINNOVATION

Specifický cíl: C2, C3, C4, C5, C6

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI, INVESTOŘI a VEŘEJNOST

Financování: Činnost inovační platformy je zajištěna v rámci rozpočtu SA ZK III.

Časový harmonogram: Běžný provoz činnosti platformy a portálu ZLINNOVATION bude pokračovat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: Provoz webové prezentace www.zlinnovation.cz

Kampaň Live in Zlin II

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C6

Cílová skupina: TALENTI, VEŘEJNOST, TURISTÉ

Financování: Aktivita bude hrazena z rozpočtu projektu SA ZK III.

Časový harmonogram: Předpoklad realizace rok 2024

Indikátor: 1 x realizovaná kampaň

Kampaň Created in Zlin

Realizátor: TIC + Zlínský kreativní klastr + Sdružení pro rozvoj Zlínského kraje

Specifický cíl: C3, C5, C6

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI, VEŘEJNOST

Financování: Realizace kampaně bude hrazena z rozpočtu projektu SA ZK III.

Časový harmonogram: Předpoklad realizace Created in Zlin 2025.

Indikátor: 1 x realizovaná kampaň

Place branding Zlínského kraje - Projekt Digitální identita

Realizátor: TIC + Zlínský kraj

Specifický cíl: C6

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI, INVESTOŘI, VEŘEJNOST

Financování: Realizace bude hrazena z rozpočtu projektu SA ZK III.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: 1x zprovoznění webového portálu zlinregion.com

Komunikace domén specializace Zlínského kraje

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C6

Cílová skupina: PODNIKY

Financování: Realizace bude hrazena z rozpočtu projektu SA ZK III.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: 1 x vytvoření vyhledávacího nástroje dle domén specializace na portálu Katalog firem Zlínského kraje

Podnikatelská akademie a zážitkové kurzy kreativity a podnikavosti

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C1

Cílová skupina: TALENTI

Financování: Realizace marketingových aktivit bude hrazena z rozpočtu TIC.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: 6 x realizovaný kurz na školách ročně

Podnikatelská akademie na UTB

Realizátor: TIC + UTB

Specifický cíl: C1

Cílová skupina: TALENTI

Financování: Realizace marketingových aktivit bude hrazena z rozpočtu TIC.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: 1x realizovaný dvousemestrální kurz ročně

Akcelerační program Můj první milion

Realizátor: TIC + partneři

Specifický cíl: C1, C2, C3

Cílová skupina: TALENTI, INVESTOŘI, VEŘEJNOST

Financování: Realizace marketingových aktivit bude hrazena z rozpočtu TIC.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: 1x realizovaný akcelerační program ročně

Inovační firma Zlínského kraje

Realizátor: TIC Zlín + partneři

Specifický cíl: C3, C4, C6

Cílová skupina: PODNIKY, VEŘEJNOST

Financování: Na základě smlouvy o dílo.

Časový harmonogram: Předpoklad realizace soutěže Inovační firma Zlínského kraje je rok 2025.

Indikátor: 1 x realizovaný ročník soutěže

Konference ZLINTECH

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C4, C5, C6

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI, VEŘEJNOST

Financování: Realizace konference bude hrazena z rozpočtu projektu SA ZK III.

Časový harmonogram: Předpoklad realizace konference ZLINTECH je rok 2024 a 2026.

Indikátor: 2 x realizovaný ročník konference

Expertní konzultační programy Platinn, Creatinn

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C3, C4, C5

Cílová skupina: PODNIKY

Financování: Realizace marketingových aktivit bude hrazena z rozpočtu TIC.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: 20 zapojených firem do expertních konzultačních programů ročně

TIC NEWS

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C6

Cílová skupina: VEŘEJNOST

Financování: Realizace marketingových aktivit bude hrazena z rozpočtu TIC.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat v roce 2024.

Indikátor: 12 tematických článků a 24 bannerů ročně zvěřejněných na zlin.cz

TIC TALK LIVE

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C2, C3, C6

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI, VEŘEJNOST

Financování: Realizace marketingových aktivit bude hrazena z rozpočtu TIC.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: 4 x realizovaná akce ročně

TIC TALK PODCAST

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C3, C4, C6

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI, VEŘEJNOST

Financování: Realizace marketingových aktivit bude hrazena z rozpočtu TIC.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat v roce 2024.

Indikátor: 13 epizod podcastů ročně

Měj svůj směr

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C1

Cílová skupina: TALENTI

Financování: Statutární město Zlín

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat v roce 2024.

Indikátor: 1 x realizovaný dlouhodobý kurz, 30 x realizovaný krátkodobý kurz

VR PROFI LAB & ZLIN.JOBS

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C1

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI

Financování: Realizace marketingových aktivit bude hrazena z rozpočtu TIC.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: Zajištění provozu webového portálu ZLIN.JOBS.

Studenti do firem

Realizátor: TIC

Specifický cíl: C1, C2

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI

Financování: Realizace konference bude hrazena z rozpočtu projektu SA ZK III.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: Vznik marketplace na propojování proaktivních studentů a zaměstnavatelů.

Systém podpory distančně vykonavatelných profesí v doménách specializace RIS ZK

Realizátor: TIC + členové platformy ZLINNOVATION

Specifický cíl: C2, C3

Cílová skupina: PODNIKY, TALENTI

Financování: Realizace konference bude hrazena z rozpočtu projektu SA ZK III.

Časový harmonogram: Realizace bude probíhat po celou dobu platnosti Marketingové strategie.

Indikátor: Nastavení komunikace podporující systém podpory distančně vykonavatelných profesí v doménách specializace RIS ZK.

SEZNAM ZKRATEK

CZ	Česká republika / Česky
ČR	Česká republika
DNA	Kyselina deoxyribonukleová
EN	Anglicky
LAB	Laboratoř
MHD	Městská hromadná doprava
MKT	Marketing
PPC	Platba za proklik
PR	Vztahy s veřejností
PROFI	Profesní
RIS3	Národní RIS3 strategie
RIS ZK	Regionální inovační strategie Zlínského kraje
SA ZK	Smart Akcelerátor Zlínského kraje
SŠ	Střední škola
SWOT	Silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby
TIC	Technologické inovační centrum s.r.o.
UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
VR	Virtuální realita
ZK	Zlínský kraj
ZRIA	Zlínská rozvojová a investiční agentura
ZŠ	Základní škola

PŘÍLOHY

Příloha č. 1
Komunikační plán 2024-2026

Název opatření	Cíl	Q1. 2024	Q2. 2024	Q3. 2024	Q4. 2024	Q1. 2025	Q2. 2025	Q3. 2025	Q4. 2025	Q1. 2026	Q2. 2026	Q3. 2026	Q4. 2026
Akcelerační program Můj první milion	C1, C2, C3	■	■		■	■	■		■	■	■		■
Expertní konzultační programy Platinn, Creatinn	C3, C4, C5	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Inovační firma Zlínského kraje	C3, C4, C6						■	■	■				
Kampaň Created in Zlin	C3, C5, C6						■	■	■				
Kampaň Live in Zlin II	C6		■	■									
Komunikace domén specializace Zlínského kraje	C6			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Konference ZLINTECH	C4, C5, C6				■								■
Měj svůj směr	C1	■	■		■	■	■		■	■	■		■
Place branding Zlínského kraje - Projekt Digitální identita	C6			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Platforma ZLINNOVATION	C2, C3, C4, C5, C6	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Podnikatelská akademie na SŠ a Zážitkový kurz kreativity a podnikavosti na SŠ	C1	■	■		■	■	■		■	■	■		■
Podnikatelská akademie na UTB	C1	■	■		■	■	■		■	■	■		■
Studenti do firem	C1, C2			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Systém podpory distančně vykonavatelných profesí v doménách specializace RIS ZK	C2, C3	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
TIC NEWS	C6	■	■	■	■								
TIC TALK LIVE	C2, C3, C6	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
TIC TALK PODCAST	C3, C4, C6	■	■	■	■								
VR PROFI LAB & ZLIN.JOBS	C1	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

ZDROJ

1. Analýza primárních dat, dotazníkové šetření Zlínského kraje (Zlínský kraj, 2021)
2. Analýza sekundárních dat, podklady pro tvorbu komunikační strategie Zlínského kraje (Zlínský kraj, 2021)
3. Komunikační strategie Zlínského kraje (Zlínský kraj, 2023)
4. Metodika marketingové a komunikační strategie. Systémová podpora implementace a řízení Národní RIS3. (V. Kobylka, T. Avrat, 2022)
5. Národní výzkumná a inovační strategie pro inteligentní specializaci České republiky 2021–2027 (Národní RIS3 strategie, 2021)
6. Plán rozvoje regionální identity ZK (Zlínský kraj, 2024)
7. Regionální inovační strategie ZK (Zlínský kraj, 2020)
8. Strategie rozvoje Zlínského kraje 2030 (Zlínský kraj, březen 2023–leden 2024)