

Koncept časopisu KAM v Brně

Nový koncept magazínu KAM navazuje a rozvíjí úspěšný formát posledních čtyř ročníků. Obsah jsme zpřehlednili a rozšířili o nové rubriky. Magazín více zpřístupňujeme on-line světu. Layout a grafiku magazínu jsme podrobili důsledné revizi.

1. **Charakteristika** – KAM je městský kulturně-společenský časopis s více než 60letou tradicí. Cílovou skupinou jsou rezidenti i návštěvníci Brna všech věkových kategorií. V obsahu magazínu reflektujeme městské fenomény, živou kulturu, historii, architekturu, gastronomii a životní styl. Ambicí našeho konceptu je posílit význam a vliv magazínu KAM v Brně i regionu. Pestrou obsahovou škálou, kvalitou textů i typografickou úpravou se KAM nepochybně zařadil do rodiny kvalitních městským magazínů v rámci České republiky i blízkého zahraničí.
2. **Čtenář** – KAM je určen čtenářům všech věkových kategorií, které pojí zájem o Brno, kulturu, volný čas a životní styl ve městě. Společným motivem čtenářů KAM je zájem o souhrnné, přesné a zasvěcené informace o významných kulturních a společenských událostech v Brně, regionu, ale i v blízkých evropských velkoměstech. Nově je do magazínu zařazena i kapitola určená dětskému čtenáři. Kam tak rozšiřuje svoji čtenářskou skupinu i o děti a jejich rodiče. Součástí konceptu je anglicky psaná příloha Where in Brno s autentickými texty od rodilých mluvčích. Je plnohodnotnou přílohou určenou zahraničním návštěvníkům, studentům i expatům.

3. **Obsah** – Magazín je možné rozdělit do tří základních vrstev:

a) **fenomény,**

b) **osobnosti,**

c) **události.**

V rámci první z kategorií přináší KAM originální městská témata, historické fenomény v rubrice Flashback. Osobnosti jsou prezentovány v rozhovorech, prostřednictvím nové rubriky Story a osobních programových tipů. Události jsou reflektovány v jednotlivých žánrových kapitolách a samozřejmě i v programovém přehledu. Obsah je psán a strukturován tak, aby byl atraktivní i pro mimobrněnského čtenáře.

4. **Design** – Grafický výraz je navržen s ohledem na soudobé trendy časopisové typografie. Důraz klademe na čitelnost a vzdušnost. Naší ambicí je, aby byl KAM v záplavě tiskovin nepřehlédnutelný a čtenář jej snadno identifikoval. Tomu jsme podřídili koncept grafiky na titulní straně, kterou bude pro příští ročníky tvořit výrazná koláž, dále rozvinutá uvnitř časopisu. Obsah magazínu jsme ještě více zpřehlednili. Jednotlivé kapitoly nesou specifické barevné označení, jež napomůže se v magazínu zorientovat.

Nová koncepce obsahu časopisu KAM v Brně

- **Editorial** / komentář šéfredaktora, informace o sociálních sítích
- **Obsah** / přehled kapitol, tiráž a kontakt
- **Téma** / soudobé společenské aktuální fenomény Brna formou fotoreportáže
- **Rozhovor** / opouštíme dosavadní koncept duelu dvou osobností. Nově navrhujeme důsledný autorský rozhovor se zajímavou osobností. Rozhovor získá v rámci magazínu více prostoru a bude obsahovat větší poměr fotografií.
- **Flashback** / rubriku zaměříme na pozoruhodné historické události

- **Kulturní servis** / profily vybraných kulturních událostí. Nově budou jednotlivé kapitoly doplněny **Story** – krátkými příběhy osobností a institucí. Např. - **To je Aleš Svoboda** a pak nějakou zajímavost z jeho příběhu

KAM za hudbou

KAM za divadlem

KAM na výstavu

KAM do kina

KAM za knihou

- **Volnočasový servis** / profily událostí z oblasti gastronomie, relaxace a životního stylu a vzdělání + **Story**

KAM za jídlem a pitím

KAM do města

KAM mimo Brno / kraj / ČR / zahraničí/

- **Where in Brno** / anglicky psaná příloha obsahující autentické texty od rodilých mluvčích. Tipy a téma

- **Mapa a adresář**

- **Zábava** / nová rubrika obsahující křížovku, kvíz, soutěž a stránku se zábavou určenou dětem (doplňovačka, najdi 5 rozdílů, omalovánka atp.). Jedním

z principů rubriky je motivace navštívit soc. síť KAM (zveřejnění výsledků, indicie k rozluštění...)

- **Fejeton/sloupek** / krátký subjektivní autorský článek reflektující aktuální společenské nebo kulturní téma

- **Příloha Turistického informačního centra Brna** / obsah zajišťuje zadavatel

- **Programový přehled**

Tipy osobností spojených s pozvánkami – malý box s fotkou u pozvánky na koncert, kde např. zpěvák krátce říká, na co se mají čtenáři těšit. To stejné u divadel, výstav a dalších

program divadel

program koncertů

program výstav

program kin

program městských událostí a festivalů

program vzdělávacích pořadů, kurzů a přednášek

výběrový program mimobrněnských událostí

Technické specifikace nabídky

Navržená technická specifikace časopisu KAM v Brně

- **náklad:** 30 000 výtisků za měsíc
- **počet vydání:** 11 vydání za kalendářní rok (v měsících červenci a srpnu dvojčíslo s rozšířeným obsahem a nákladem a dvojí distribucí na začátku července a srpna)
- **rozsah:** minimálně 64 stran obsahu + 4 stran obálky
- **formát:** 210 x 285 mm
- **vazba:** šití drátem (V1)
- **papír:** UPM brite 80C, plošná hmotnost 60g/qm

Návrh obchodního modelu magazínu KAM v Brně

Magazín zveřejňuje na smluvně vymezeném prostoru komerční inzerci partnerů z oblasti kultury, volného času a životního stylu. Dalším zdrojem jsou příjmy z předplatného.

Inzerce

Magazín KAM v Brně umožňuje publikaci komerční inzerce. Smluvní podmínky jsou zveřejněny na webových stránkách zhotovitele. Zvýhodněna a preferována je inzerce kulturních a společenských událostí. Společnost Pocket media disponuje širokým portfoliem inzertních partnerů, kteří zajistí dostatečný příjem finančních prostředků.

Předplatné

Magazín KAM v Brně je možné si předplatit. Cena ročního předplatného činí 429 Kč včetně DPH, poštovného a balného. Vydání je zasíláno předplatitelům domů nebo do zaměstnání spolu s dárkem. Je určeno také pro volný prodej. Digitální mutace je vyhrazena ke čtení na monitoru a mobilním telefonu, pro předplatitele je k dispozici dříve než tištěná verze. Je možné si ji předplatit samostatně. Předplatné lze zakoupit na e-shopu.

Návrh distribuce magazínu KAM v Brně

Distribuce magazínu KAM v Brně se realizuje v distribuční síti společnosti Pocket media. Magazíny jsou dále k dispozici v provozech partnerských institucí v Brně i mimo něj. Magazín je rozesílán předplatitelům a partnerům. Díky navázaným partnerstvím je KAM dostupný i ve vlacích a autobusech největších dopravců. Digitální mutace magazínu je šířena pomocí sociálních sítí.

1. Pravidelná distribuce v Brně /cca 25 000 výtisků/

KAM je na přelomu měsíce distribuován na místa, kde obyvatelé a návštěvníci Brna tráví volný čas (gastronomické podniky, kulturní zařízení, hotely a hostely, obchodní centra, knihovny, vysoké školy...). Distribuční síť zahrnuje i vlastní kovové stojany patřící zhotoviteli (50 ks) a místa určená k uložení tiskovin v podnicích (cca 300 míst).

2. Aktivní distribuce na kulturních a společenských akcích / cca 2 000 výtisků/

Na významných kulturních a společenských událostech smluvních partnerů (veletrhy, festivaly, premiéry, vernisáže, trhy...) je magazín KAM volně distribuován.

3. Distribuce mimo Brno /cca 2 000 výtisků/

Distribuce je smluvně zajištěna v kulturních a informačních centrech a spřátelených institucích v Mikulově, Znojmě, Zlíně, Tišnově a dalších obcích přilehlých regionů.

4. Rozesílka a předplatné / cca 1 000 výtisků/

Předplatitelé KAM získávají magazín v obálce s dárkem přímo domů do schránky či do zaměstnání dříve, než je KAM uveden do volné distribuce. Dále je KAM rozesílán všem aktivním partnerům.

Komunikační strategie magazínu KAM v Brně v on- line prostoru

Komunikace prostřednictvím sociálních sítí zajišťuje magazínu KAM v Brně přímý kontakt se čtenáři. Můžeme zjistit jaké články a témata jsou čtenářsky atraktivní, ale hlavně získáme zpětnou vazbu o čtenářích samotných. Nově v obsahu KAM zařazujeme rubriky, které by měly interakci na sociálních sítích posílit. Správné vyřešení křížovky bude umístěno na sociálních sítích stejně jako indicie vedoucí k rozluštění kvízu či soutěže. K on-line komunikaci s veřejností budeme používat Facebook a Instagram. Kromě získání nových fanoušků zůstává naším cílem získat nové předplatitele a oslovit potenciální inzerenty.

Facebook

Nejužívanější sociální síť je tím správným prostředkem k rozšíření obsahu tištěného časopisu. Těsně po vydání magazínu je komunikováno aktuální vydání. Odběratelé příspěvků získají ochutnávku tématu a rozhovoru spolu s exkluzivním materiálem, který nebyl publikován. Pro komunikaci jednotlivých kulturních událostí využijeme **Facebook story**, kam budeme pravidelně umísťovat aktuální tipy událostí. K šíření informací a posílení fanouškovské základny využijeme synergie sdílení jednotlivých postů s našimi partnery.

Příspěvky

Základním kritériem pro úspěšnost facebookového profilu KAM je kromě kvalitního obsahu také pravidelnost příspěvků. Optimální frekvence je 3–5 facebookových postů za týden. Novým motivem, proč jej navštívit, bude interakce s obsahem magazínu. Na sociálních sítích bude uveřejňován exkluzivní materiál, který se do tištěného časopisu „nevešel“. Dále budou příspěvky upozorňovat na možnosti předplatného. Příspěvky ze zákulisí redakce, ankety, soutěže apod. Posty budou psány atraktivním a úsporným způsobem.

Instagram

Kvalitní obrazový materiál, který při tvorbě magazínu KAM v Brně vzniká, chceme plně využít při tvorbě obsahu nejrychleji rostoucí sociální sítě na světě. Instagram využijeme

především pro komunikaci s mladšími uživateli, pro něž může být čtení tištěného časopisu složitou bariérou.

Příspěvky

Kvalitní autorské i převzaté fotografie a videa, ilustrace a grafiky. Fotky magazínu KAM a jeho čtenářů pomohou časopis hlouběji vtisknout do povědomí čtenářů. Instagram story je také velmi dobrým prostředkem k tomu, jak informovat o zajímavých událostech, místech a osobnostech. Univerzální výpovědní hodnota vizuálního materiálu je ideální pro komunikaci se zahraničními uživateli.