

# Chytrý marketing



Czech  
Republic  
The Country  
For Smart  
People

**Institucionální odpovědnost:** RVVI/MPO/MZV/CzechInvest

**Manažerská odpovědnost:** zástupce RVVI

## Výchozí stav

---

Vytváření dobrého jména České republiky jako vysoce inovativní země je nahodilý proces. ČR je v zahraničí propagována primárně tradičním způsobem (země piva, hokeje, broušeného skla a památek). Výjimku tvoří některé mezinárodní expozice, např. EXPO, kde je dlouhodobá snaha prezentovat ČR rovněž jako technologicky vyspělou zemi. Chybí ale ucelená komunikační strategie, vč. jednotné grafické koncepce, do které by se zapojily klíčové veřejné i privátní instituce. Výsledkem je marketingová roztržitost, a to jak na bázi produktové (prezentace top oborů, ve kterých patří ČR ke světové špičce), tak na bázi komunikační (reklama, PR, přímý marketing). Důsledkem je to, že ČR není i přes řadu výjimečných úspěchů v oblastech nejnovějších trendů ve vědě, výzkumu a komerčních aplikacích vnímána jako země inovativních příležitostí s výjimečným lidským potenciálem v řadě technologických oborů.

## Cíle

---

- Vybudovat značku České republiky jako sebevědomého inovačního lídra — komunikovat ČR jako zemi s vědeckým potenciálem, vyspělým průmyslem a výzkumem v četných oborech, se vzdělanými a vynalézavými lidmi s velkou invencí.
- Presentovat jak minulé světové úspěchy, tak současný inovační ekosystém, vč. moderní Inovační strategie.
- Značku postavit na excelenci českých výzkumných center, unikátních produktech českých firem, špičkové vědě v nejpokročilejších technologiích a úspěšných jedincích v oblasti inovací.

## Nástroje

---

- Vybudování marketingového týmu, který bude systematicky zavádět nové prvky komunikace ČR napříč resorty, výzkumnými organizacemi a podniky.
- Vytvoření grafického manuálu pro strategii „The Czech Republic: The Country for the Future“ a zavedení jeho prvků do klíčových národních i mezinárodních dokumentů a aktivit (konference, výstavy, EXPO, předsednictví EU ad.), vč. zakomponování do online komunikačních nástrojů odborně příslušných veřejných institucí, velvyslanectví, zahraničních zastoupení ČR a Českých center.
- Vytvoření nástrojů komunikačního mixu (reklama, PR, podpora, přímý marketing) pro koncepci ČR—Inovační lídr Evropy 2030, a to zejm. na bázi nových komunikačních technologií s využitím sociálních sítí apod.
- Zahájení dlouhodobé komunikační kampaně opřené o příklady vědeckých a komerčních úspěchů, vč. úspěchů vědeckých týmů a jejich lídrů ve vybraných technologických oblastech: umělá inteligence – energeticky efektivní systémy – laserové technologie – nanotechnologie – kosmické technologie – biotechnologie – chemie a chemické technologie ad.
- Aktivní vystupování za ČR jako za technologického lídra na mezinárodní úrovni (EU, OECD ad.), klíčová role předsedy vlády, resortních ministrů, velvyslanců a zahraničních zastoupení ČR.
- Zařazování odborníků s přehledem o inovačním a výzkumném potenciálu ČR do delegací ústavních činitelů s konkrétním cílem mise.



