

PŘÍLOHA Č. 1 - MEDIÁLNÍ MANUÁL KOOPERATIVA NBL

Kluby NBL jsou povinny vytvořit funkci tiskového mluvčího (a jeho zástupce fungujícího v nepřítomnosti – dovolené, nemoci apod.), který je zodpovědný za vnější komunikaci klubu a médiím za shromažďování informací z klubu (viz přihláška do soutěže). Tiskový mluvčí klubu je povinen:

PŘED UTKÁNÍM:

1. Poskytnout před každým ligovým kolem médiím elektronicky písemnou informaci (v případě víkendového zápasu do pátku do 12:00 hodin a v případě utkání hraného ve všední den do 12:00 hodin předchozího dne; v případě play-off série, kdy jsou sehrána dvě utkání ve dvou dnech, je možné zaslat preview druhého zápasu v den utkání), která bude obsahovat minimálně následující údaje:

Písemná informace musí obsahovat:

- základní informace o utkání
 - stav hráčského kádrů: u nově zdravotně indisponovaných s datem zranění či onemocnění, popisem zranění a předpokládanou dobou léčení
 - ohlášení nových posil s následujícími údaji: jméno a příjmení, číslo dresu, hráčská pozice, přesné datum a místo narození, státní příslušnost, výška/váha, všechny předchozí kluby, největší úspěchy (získané tituly a individuální ocenění)
 - názor trenéra i vybraného hráče na nejsilnější i slabší stránky soupeře i s ohledem na zranění, dále pak komentář trenéra ke zraněním vlastního týmu
 - přehled vzájemných zápasů v probíhající sezoně
 - soutěže pro diváky v hale, zajištění dopravy, přítomnost VIP hostů a další zajímavosti k aktuálnímu dění v klubu
2. Informace k nejbližšímu zápasu, které se zasílají novinářům, v co největší míře zveřejnit alespoň den před utkáním i na klubovém webu, a upoutávku na utkání vložit i na profily na sociálních sítích.
 3. Připravit před každým domácím utkáním bulletin v tištěné nebo elektronické podobě pro diváky a média, obsahující vždy loga oficiálních partnerů NBL a logo soutěže. Ve všech případech je nutné zajistit měřitelnost, počty (výtisků/zobrazení) je pak nutné pro účely reportingu archivovat. Zajistit prezentaci oficiálních partnerů NBL formou celostránkové inzerce. Inzerce poskytuje klubu pracovník marketingové komise ALK nejpozději 14 dní před utkáním na základě smlouveného formátu. V jednom vydání zápasového bulletinu je možné prezentovat max. 2 inzerce partnerů NBL. Prezentace partnerů klubu není omezena.
 4. Vytvořit adresář medií a novinářů věnujících se basketbalu v daném regionu, poskytnout ho marketingovému partnerovi a pravidelně jej doplňovat; pracovník marketingové komise před zahájením nového ročníku Kooperativa NBL zašle na email PR pracovníka klubu seznam emailových adres novinářů z republikových redakcí, které klub zařadí do svého adresáře

5. Zorganizovat po utkání setkání novinářů s trenéry či vybranými hráči v mixzóně s backdropem NBL v pozadí, video záznam vložit na klubový kanál YouTube do jedné hodiny po skončení utkání. Z každého týmu se účastní minimálně trenér a jeden hráč. PR pracovník domácího klubu každému položí 2-3 otázky vycházející z průběhu utkání a zajistí rozeslání přepisu odpovědí do 45 minut po konci utkání.
6. Být v průběžném kontaktu s PR pracovníkem soutěže, zejména, ale ne pouze kvůli tvorbě mediálního a kontentového plánu, jeho nasdílení a případné vzájemné spolupráce. Mezi povinnosti patří v případě vyzvání také nasdílení mediálních aktivit a účast na workshopech, jejichž počet nepřesáhne počet 4 / sezona

V každé hale musí být určeny následující mediální prostory, ve kterých dochází ke kontaktu hráčů a členů realizačního týmu s novináři a zástupci produkce zápasu:

- a) flash interview – přístup mají pouze vysílatelé – ČT nebo TVCom
- b) mixzóna

BĚHEM UTKÁNÍ:

1. Zejména rozhlasovým a TV novinářům pomáhat se zajišťováním respondentů hráčů/trenérů/dalších osob) při živých vstupech do vysílání. Pro rozhlasové a TV reportéry zajistit klidný (tišší) prostor kvůli dobré kvalitě nahrávky. Informovat o průběhu utkání formou krátkých sdělení na klubové sociální síti Instagram s využitím instastories v rozsahu minimálně 2 sdělení (poločasový + konečný výsledek).
2. V poločase prochází pouze vybraní hráči zónou označenou flash interview. Hostujícímu týmu sdělí PR pracovník domácího klubu jméno max. jednoho hráče, který byl vybrán pro poločasový rozhovor. V případě vysílání Studia basketbal sdělí max. jedno jméno oběma ze soupeřů zástupce produkce TVcom. Ke sdělení jména dojde nejpozději do 15 sekund po skončení prvního poločasu.
3. Pokud zóny pro flash interview a mixzónu sdílejí stejné místo v hale, mají vždy u rozhovoru přednost zástupci médií s povolením přístupu do zóny flash interview.

PO UTKÁNÍ

1. Po skončení utkání prochází všichni členové obou týmů výše zmíněnými prostory v pořadí flash interview – mixzóna. V případě žádosti o rozhovor je hráč či člen trenérského týmu povinen poskytnout rozhovor.
2. Nachystat oficiální mixzónu pro setkání novinářů s hráči bezprostředně po zápase. Kvůli kvalitě nahrávek se doporučuje co nejdříve po zápase ztišit hudbu.

3. Klub je povinen při každém utkání umožnit setkání novinářů s hráči bezprostředně po zápase v mixzóně opatřené aktuálním backdropem s prezentací partnerů. Z tohoto setkání je klub povinen pořídit video záznam s vyjádřením trenéra a jednoho hráče z každého týmu. Takový rozhovor vede PR pracovník klubu a každému z respondentů klade 2-3 otázky podle průběhu utkání. Přepis odpovědí je pracovník povinen poslat do 25 minut od konce utkání na předem definovaný seznam novinářů a do jedné hodiny video nahrát na profil klubu na sociální síti YouTube. Email s přepisem vyjádření musí zároveň obsahovat alespoň 5 fotografií z daného utkání v tiskové kvalitě a bez vodoznaku (min. 2 MB/fotografie).
4. Do pozápasové informace pro média přidat i počet diváků (zda jde o rekord sezony), Hráče utkání, případná nová zranění hráčů obou týmů a kdy kvůli nim museli odstoupit (stačí čtvrtina), udělené technické a diskvalifikující chyby, včetně důvodů jejich udělení, a osob, jimž byly uděleny.