



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Business rozvoj a podnikání**

modul 5

# INSPIROVÁNÍ A ZAPOJOVÁNÍ DRUHÝCH

Autor: FHB (Germany)



**Stardust**  
Performing Arts Entrepreneurs



## Cíl



Účelem tohoto modulu je povzbudit vystupující umělce, aby při propagaci své práce žádali o podporu mezi svými kontakty a spoléhali se na ně.



# Podívejte se a diskutujte



[Why networking is important?](#)



# Na konci tohoto modulu byste měli být schopni...



## Znalosti

- identifikovat klíčové skupiny lidí, které lze mobilizovat k propagaci práce vystupujícího umělce.
- najít příležitosti na místní a celostátní úrovni, které lze využít k inspiraci a zapojení ostatních.



## Dovednosti

- diskutovat o tom, jak je důležité inspirovat, nadchnout a zapojit ostatní.
- zhodnotit přínosy a problémy, které přináší snaha inspirovat a motivovat ostatní k tomu, aby pomohli vystupujícímu umělci dosáhnout jeho obchodních cílů.



## Postoje

- být ochotní spoléhat se na síť a mobilizovat cizí lidi k propagaci práce účinkujícího umělce.





## Klíčové pojmy

### Důvěra

Umělecké obory jsou konkurenční, ale zároveň užitečné. Aby vaše práce byla sdílena v síti, musíte důvěřovat zúčastněným lidem, že jsou tu proto, aby vám pomohli, a ne aby vás shazovali.

Jak si ale důvěru vybudovat? Pocit důvěry se obvykle buduje v malých okamžicích, například když se ukážeme jeden pro druhého, vyslechneme ostatní, když jsou rozrušení, a když upřednostníme naše důležité vztahy před jinými lidmi a věcmi.

### Vedení

Pokud chcete lidi inspirovat, měli byste jít příkladem.

Buďte skvělým příkladem chování, které chcete vidět u ostatních. Lidé často dělají to, co děláte, a ne to, co říkáte.

Buďte nadšení. Řčení "nadšení je nakažlivé" je natolik běžné, že je klišé, ale je to klišé, protože je pravdivé. Drobné komplimenty dokáží rozzářit každý den. Pokud nemáte co pozitivního říct, neříkejte vůbec nic.





## Klíčové pojmy

### **Běžte si za svými sny**

Člověk, který se smíří s "realitou", nikoho neinspiruje.

Pokud chcete lidi inspirovat, že i oni mohou dosáhnout všeho, co si usmyslí, buďte ambiciózní, mějte vysoké cíle a nikdy se nevzdávejte.

### **Komunikace**

V tomto odvětví je opět důležitým faktorem komunikace. Pokud nedokážete správně komunikovat, může dojít ke zmatkům v oblasti pokynů, zpětné vazby a zapojení.

Je důležité, aby s tím, jak se stále více přesouváme do digitálního světa, byly vaše komunikační dovednosti stejně dobré na mobilním zařízení jako při osobním kontaktu.



# Kdo může propagovat mou uměleckou tvorbu?



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Stardust**  
Performing Arts Entrepreneurs

# Kdo může propagovat mou uměleckou tvorbu?

- Místní noviny
- Umělecké rady
- Přátelé a rodina
- Značky
- Rozhlasové stanice
- Divadla
- Vlivné osoby
- Vy sami







**Jak přiměji ostatní, aby aby  
propagovali mou práci?**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Stardust**  
Performing Arts Entrepreneurs

# Způsoby propagace mé práce

## **Kontaktujte ostatní**

Nejdříve je třeba navázat s těmito lidmi kontakt. Zjistěte na internetu nebo pomocí sítě, kterou máte k dispozici, zda můžete získat e-mail, číslo nebo adresu, na které můžete danou osobu kontaktovat. Jakmile to uděláte, přejděte ke druhému kroku.

## **Správně se vyprofilujte**

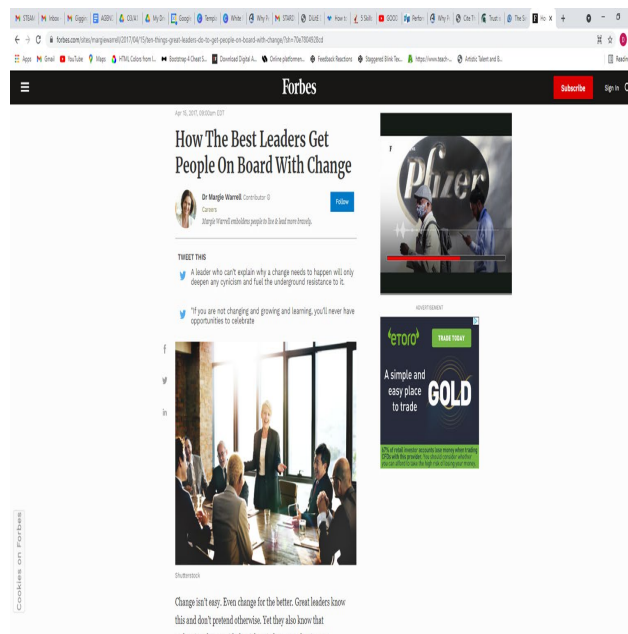
Je důležité, aby tyto vlivné skupiny/lidé o vás a vaší práci něco věděli. Nemusí se vám hodit to, co nabízejí. Nemá například smysl se snažit propagovat u influencera, jehož fanouškovská základna je zaměřena na make-up, když se máte stát další popovou hvězdou.

## **Komunikujte**

Je důležité, abyste komunikovali profesionálně a obě strany rozuměly tomu, co se po nich žádá. Někdy bude propagační práce vyžadovat, abyste umělci zaplatili honorář nebo oplatili laskavost. Funguje to oběma směry, takže je důležité, abyste se dohodli na stejných podmínkách a aby tyto podmínky byly pro vás splnitelné.

# Najděte svou cílovou skupinu

- 1 – Použijte dynamiku „one-to-one“
- 2 – Analyzujte data
- 3 – Mějte vášeň pro věc
- 4 – Použijte správnou platformu
- 5 – Pracujte s influencery



## Strategie pro nalezení správné cílové skupiny pro umělce

<https://insights.midem.com/artists-creativity/5-ways-target-audience-for-artists/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Stardust**  
Performing Arts Entrepreneurs

# Přínosy vs. výzvy snahy inspirovat ostatní k pomoci účinkujícím umělcům při dosahování jejich obchodních cílů

## **Přínosy**

Pracovní zátěž je sdílená, takže nemusíte dělat veškerou propagaci.

Podpora - Nemyslete si, že jste na to sami.

Více kontaktů znamená více příležitostí.

## **Výzvy**

Finance - mnoho umělců je samostatně výdělečně činných, takže nemají peníze na reklamu.

Trpělivost - každý chce mít úspěch přes noc. Ten se však obvykle nekoná.

**Napadají vás další?**



# Výhody zapojení ostatních

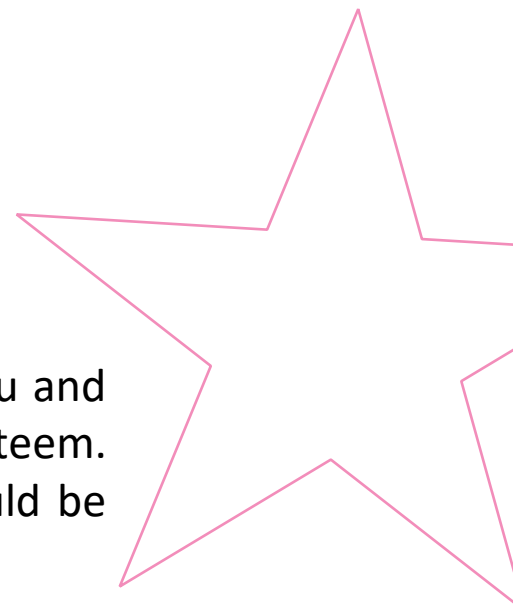
## Teamwork

There is strength in numbers. By getting others on board, it relieves the stress load and can sometimes make the journey to success more enjoyable.

During periods of trying to reach the goal you could face setbacks. Facing setbacks alone can lead to your mental health being affected but with a team by your side they are there to pick you up if you fall.

## Self-esteem

Knowing that people believe in you and your work can boost your self esteem. Inspiring the next generation should be something one feels great pride in.



# Výhody zapojení ostatních

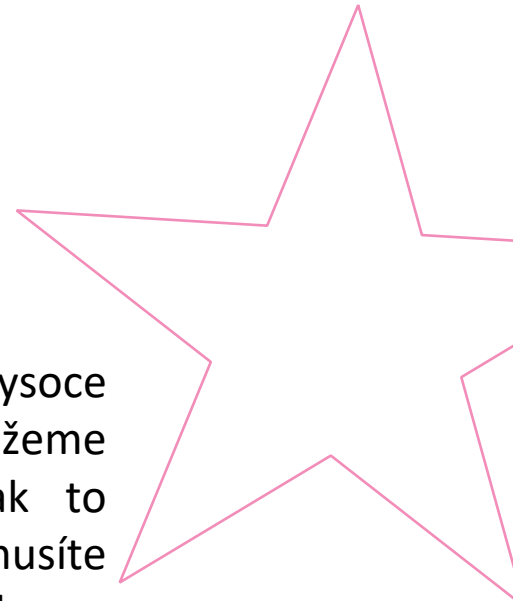
## Co z toho budou mít?

V dnešní době je velmi těžké přesvědčit někoho, aby se zapojil do projektu nebo nápadu, pokud z něj nevidí vlastní prospěch. Proč by se vzdávali svého času a odhodlání, když z toho na oplátku nemají žádný přínos?

Je důležité, aby předtím, než se strany dohodnou na jakékoli spolupráci, pochopily, proč si obě strany navzájem pomáhají.

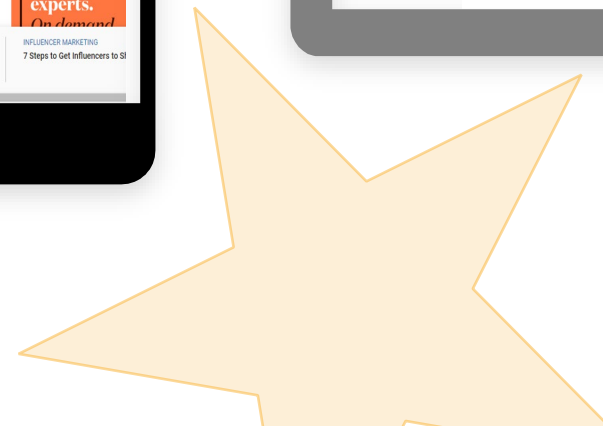
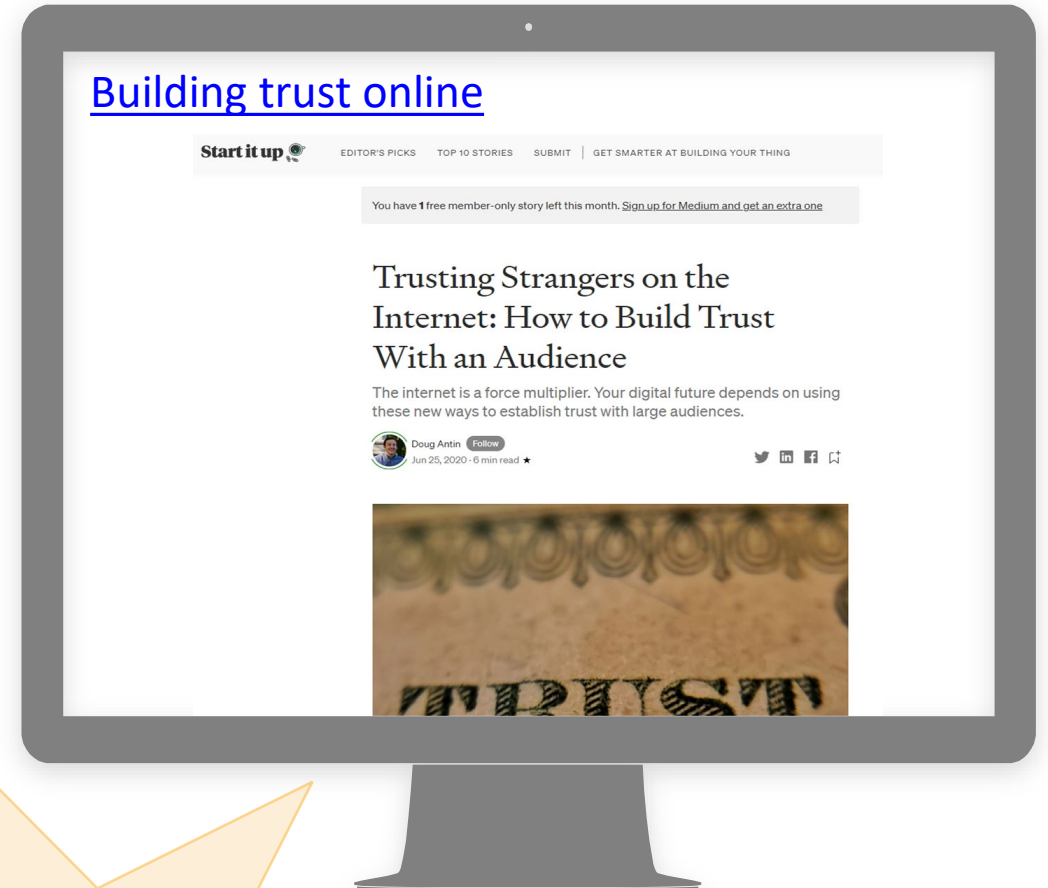
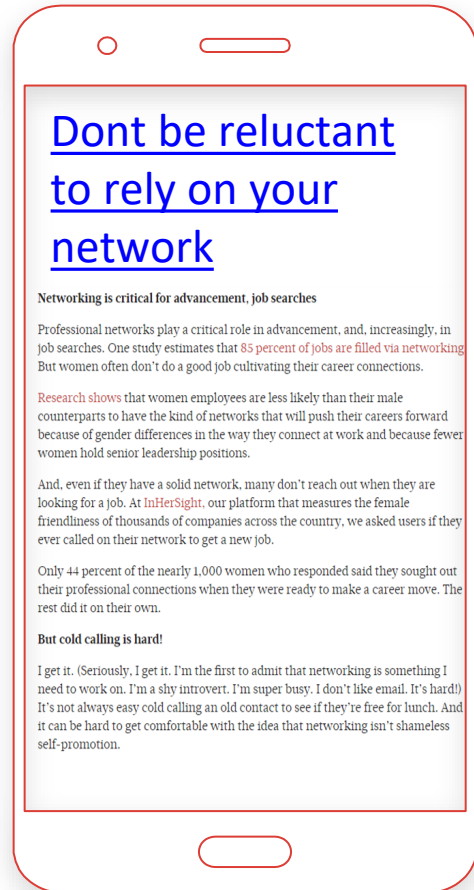
## Konkurence

Odvětví scénických umění je vysoce konkurenční a bohužel si nemůžeme všichni navzájem pomáhat - tak to nefunguje. Jako umělec se musíte prodávat jinak než ostatní. Proč by se někdo stavěl za vás, když se může postavit za někoho dalšího?



# Další čtení

## Spoléhání se na sítě a jednotlivce při propagaci práce vystupujících umělců



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Stardust**  
Performing Arts Entrepreneurs

# Akční plán

## Propagace vaší práce

### 1 – Sestavte si svůj profil

Rozhodněte se, co budete propagovat. Proč jste si vybrali právě toto dílo? Vystihuje propagace tohoto díla vše, čím se jako umělec zabýváte?

### 2 – Určete, kdo by vás mohl propagovat

Zjistěte, koho byste mohli oslovit. Čím více, tím lépe, ale berte ohled na finance a čas. Proč tuto osobu/skupinu oslovujete? Je jejich cílová skupina podobná té vaší?

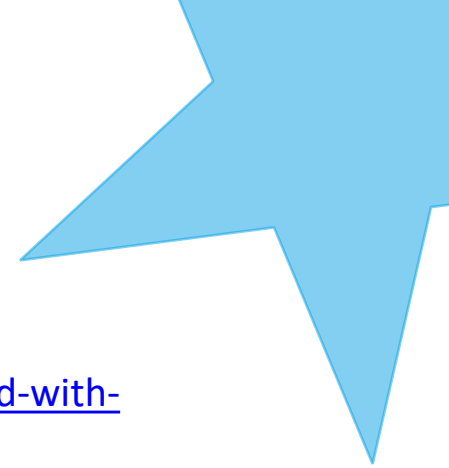
### 3 – Pustte se do toho

Komunikujte přímo s tím, koho jste si vybrali v kroku 2. Proberte, co je potřeba od obou stran a kdy je nejlepší čas na propagaci. Po propagaci sledujte, zda se vám daří plnit stanovené cíle.



# Zdroje

- Warrell, D. (2021). **How the best leaders get people on board with change.** Forbes.  
<https://www.forbes.com/sites/margiewarrell/2017/04/15/ten-things-great-leaders-do-to-get-people-on-board-with-change/?sh=70e7804928cd>
- Mead, U. (2021). **Don't be reluctant to rely on your network.** Biz journals.  
<https://www.bizjournals.com/bizwomen/news/out-of-the-office/2018/07/dont-be-reluctant-to-rely-on-your-network.html?page=all>
- Toren, A. (2021). **5 great ways to get people to share your content.** Entrepreneur.  
<https://www.entrepreneur.com/article/299032>
- Antin, D. (2021). **Trusting strangers on the internet: how to build trust with an audience.** Start it up.  
<https://medium.com/swlh/trusting-strangers-on-the-internet-how-to-build-trust-with-an-audience-4be38d49055d>





# Stardust

Performing Arts Entrepreneurs



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.