



Pavel Loužecký: Živí mě internetová publicistika a marketing

Dost často se mi stává, že se mě lidé ptají, čím se vlastně živím, jaké je moje povolání. Nedávno jsem dokonce zjistil, že s uspokojivým zodpovězením této záluďné otázky zápasí i někteří příslušníci mé vlastní rodiny, a tak jsem si řekl, že je čas zjednat v této věci veřejně jasno.

Většina lidí se totiž domnívá, že mě živí vydávání Pozitivních novin, s nimiž jsem už více než šest let bytostně spjatý, a jsou v šoku, když zjistí pravý opak: že totiž já živím je!

Poté však následuje logická otázka: Co mě tedy vlastně živí? A přichází další šok, když se dozvedí, že mě živí vydávání úplně jiného internetového magazínu, o kterém dosud nikdy neslyšeli.



www.pozitivni-noviny.cz

Není magazín jako magazín

Jedná se o magazín specializovaný na obor **AUTOMATICKÉHO VYTÁPĚNÍ** www.avytapeni.cz, který jsem vytvořil pro firmu **ESEL** www.esel.cz, u níž jsem zaměstnán od roku 2007.

Magazín vznikl v dubnu 2009 a je určen jak pro laickou veřejnost, tj. pro majitele automatických kotlů a všechny současné i budoucí zájemce o tento druh vytápění, tak pro odborníky a podnikatele, kteří se tímto oborem profesionálně zabývají.

Na základě tohoto zjištění následuje většinou udivená otázka: „A ty rozumíš automatickým kotlům?“, na kterou nemůže následovat jiná odpověď než pravdivá: „Nikoliv!“

Díky uvedené rozehrávce se pak odvíjí rozhovor, v němž se snažím dotyčným vysvětlit nejen tento zdánlivý protimluv na základě specifikace mojí každodenní práce, ale hlavně to, jak je možné, že v době finanční krize dokáže česká firma velmi úspěšně prodávat soukromým osobám zahraniční špičkové automatické kotle, které stojí od čtvrt do půl miliónu korun!



www.avytapeni.cz



Ostatně na toto téma jsem nedávno vytvořil a v magazínu AUTOMATICKÉ VYTÁPĚNÍ publikoval dva klíčové rozhovory, na něž bych rád v této souvislosti upozornil i vás.

První rozhovor s názvem [Internetově-veletržní marketing nám pomáhá dosáhnout obrovských úspěchů](#) jsem vedl s jednatelem firmy ESEL TECHNOLOGIES s.r.o. **Liborem Smějou** (což je můj šéf a nejbližší spolupracovník), a ve druhém exkluzivním rozhovoru, kterého si nadmíru považuji, jsem zpovídal jednatele rakouské firmy **GUNTAMATIC Heiztechnik GmbH Ing. Günthera Huemera** na téma působení GUNTAMATICU v České republice a na Slovensku. Rozhovor má název [GUNTAMATIC - firma s odpovědností, tradicí a dlouhodobými rozhodnutími](#).



Na vysvětlenou dodávám, že firma ESEL TECHNOLOGIES jako jediná zastupuje GUNTAMATIC v České republice a ve Slovenské republice, kde prodává automatické kotle tohoto největšího a nejúspěšnějšího evropského výrobce v oboru vytápění biomasou.

Internetový marketing

Vydávání internetového magazínu o automatickém vytápění však není jedinou činností, kterou ve firmě ESEL dělám. K těm dalším patří související aktivity řadící se do kategorie INTERNETOVÝ MARKETING. Jedním z mých hlavních úkolů bylo vytvoření dvaceti samostatných webů Skupiny ESEL www.esel.cz, které nyní dlouhodobě spravuji a aktualizuji jejich obsah.

www.esel.cz	• ESEL
skupina.esel.cz	• Skupina ESEL
www.eskovo.cz	• Průmysl
esbau.esel.cz	• Stavebnictví
esmont.esel.cz	• Montáže
www.1e-obchod.cz	• Počítače - e-shop
eshops.esel.cz	• Počítače - služby
www.vseprokotelny.cz	• Vše pro kotelny • e-shop
www.avytapeni.cz	• Automatické vytápění • i-magazín
www.estech.cz	• Automatické kotelny - ESTECH
www.guntamatic.cz	• Kotle Guntamatic
www.esbeko.cz	• Kotle Benekov
www.espoko.cz	• Kotle Ponast
www.esveko.cz	• Kotle Verner
www.esliko.cz	• Kotle Licotherm
www.espedi.cz	• Distribuce pelet ESPEDI
www.geoplast.cz	• Zásobníky paliva GEOplast
www.baterienrokotel.cz	• Záložní zdroje ESUPS
www.esrak.cz	• Řízení automatické kotelny ESRAK
www.esreko.cz	• Regulátor tahu ESREKO
www.DotaceNaKotel.cz	• Dotace na kotel

Další důležitou součástí mé práce je tvorba **počítačové grafiky**.

Pro Skupinu ESEL vytvářím všechny možné druhy a typy reklamních, propagačních a prezentačních materiálů od vizitek, letáků, prospektů, inzerátů, reklamních tabulí, poutačů, orientačních systémů, až po billboardy, návrhy veletržních expozic, potisky aut, obálky knih, ale také samolepky, ceníky, internetové bannery, loga a další reklamní a propagační předměty. Vedle toho občas zpracovávám různé databáze, připravuji reklamní a propagační texty, zadávám webové aktuality do firemního intranetu a řeším další úkoly dle pokynů majitele firmy.

Jedním z posledních velkých projektů, které jsem si „sám na sebe ušil“, je kompletní vytvoření obsahu a grafického zpracování **tištěné verze časopisu AUTOMATICKÉ VYTÁPĚNÍ**, jehož první číslo vyjde v říjnu 2010. Tento plnobarevný časopis ve formátu A4 má 44 stran a bude dlouhodobě k dispozici zdarma všem stávajícím i budoucím klientům firmy ESEL TECHNOLOGIES s.r.o., bude se rozdávat na všech výstavách a veletržích po celé České i Slovenské republice, kterých se ESEL účastní, a měl by se stát rychle jedním z nejdůležitějších marketingových, reklamních a propagačních nástrojů firmy ESEL.

Pokud jste zvědaví, jak vypadá, můžete si ho právě teď [prohlédnout v elektronické předpremiéře](#).



Není publicista jako publicista

Přestože se dnes publicistikou živím, jsem v tomto oboru vlastně amatér, neboť žurnalistiku jsem nejen nevystudoval, ale dokonce jsem nikdy nepracoval ani v žádné profesionální redakci novin a časopisů (nepočítám-li v to své působení ve vydavatelství RF HOBBY, pro které jsem vytvořil a dva roky řídil internetový projekt VŠE PRO BYDLENÍ, a své krátké působení ve funkci ředitele vydavatelství PK62).

Pravdou je, že stát se novinářem jsem poprvé zatoužil v roce 1977, kdy jsem se v době středoškolských studií na ekonomické škole zapojil do vydávání školního časopisu.

Moje skutečná publicistická dráha však začala až v roce 2004, kdy jsem dospěl k závěru, že nedokáže-li za tak dlouhou dobu dojít Mohamed k hoře, musí holt přistřčit násilím horu sám k sobě, a proto jsem založil své vlastní internetové noviny, kterým jsem dal název POZITIVNÍ.

V nich jsem pak třbil nejen své literárně-publicistické dovednosti, ale hlavně jsem vytrvale hledal „svůj styl“. Jeho krystalizování trvalo řadu let a vyvrcholilo tím, že dodnes vydávám nejen tento pozitivně zaměřený, ilustrovaný, internetový magazín, ale od roku 2009 vedle toho řídím a vydávám také magazíny **AUTOMATICKÉ VYTÁPĚNÍ** a **HISTORICKÁ ŠLECHTA**.



www.historickaslechta.cz

Všechny tři magazíny zpracovávám kompletně jak po grafické stránce, tak zároveň samostatně řídím publikování jejich obsahu, a mimo HISTORICKÉ ŠLECHTY, kde je šéfredaktorem můj kamarád **Jan Drocár**, zastávám ve zbývajících dvou i funkci šéfredaktora. Dá se tedy říci, že vydávání těchto tří internetových magazínů zabírá převážnou část mého pracovního týdne, neboť abych všechno stihl, pracuji i o sobotách a nedělích 365 dní v roce.

Pod pojmem publicista si lidé většinou představí novináře, který dostane od šéfredaktora za úkol napsat nějaký článek, on pak sedne k počítači, poročí se pro inspiraci na internetu a poté napíše text, k němuž následně někdo jiný dodá fotky a obrázky, firemní grafik vše zpracuje do přitažlivé podoby, korektorka veškeré texty zkontroluje a opraví, ředitel celé dílo schválí a vydavatel to následně už jen publikuje.

Můj postup je většinou takový, že nejdříve vymyslím, o čem by měl článek být. Pak hledám vhodné zdroje informací a především nějakou zajímavou, méně obvyklou formu zpracování. Jde-li o multimediální rozhovor nebo o reportáž, vezmu fotoaparát a kameru a vyrazím do terénu, kde zpracovávám jak obrazový, tak i zvukový materiál v podobě audiozáznamu na digitálním záznamníku.

Po návratu domů pak musím zvukový záznam přepsat do elektronické podoby, aby si ho čtenář mohl přečíst. Vzhledem k tomu, že rozhovor byl pořízen v tzv. „hovorové podobě“, je potřeba převést ho do takového stavu, aby se dal číst, což je mnohdy velmi náročný úkol, protože mezi mluveným a psaným projevem jsou obrovské rozdíly, a to, co posluchač nebo divák v mluveném projevu celkem bezmyšlenkovitě přejde, pak v tištěné podobě často vypadá jako nesvéprávný blábol člověka, který se nedokáže ani spisovně vyjádřit.

Následně upravuji v Photoshopu fotografie a v programu Pinnacle zpracovávám video pro server YouTube, což obnáší celý natočený videozáznam nejen znovu prohlédnout a pečlivě vyslechnout, ale především ho vhodně sestříhat, doplnit na správných místech vhodnými fotkami, popiskami, titulky jakož i obrazovými přechody, ozvučit hudbou a celé to nakonec uložit do příslušného formátu na počítači. Hotové video bývá vytvořeno většinou v rozsahu 13-15 minut a v digitální kvalitě má více než 100 MB. Mým dalším úkolem je pak vložit ho na YouTube www.youtube.cz, což trvá zhruba hodinu, a tam ho na závěr opatřit odpovídajícími identifikačními popiskami, značkami a dalšími daty.

Všechny tyto činnosti probíhají souběžně, aby se vše mohlo dostat do fáze přípravy článku k publikování, kdy konečně mohou být vloženy do redakčního systému veškeré texty, fotografie, obrázky, ilustrace a videozáznamy a dělám v něm konečnou grafickou úpravu článku, rozhovoru nebo reportáže tak, aby čtenář všechny typy a formy informací dostal jako na stříbrném podnose.

Na závěr je potřeba ještě do článku vložit související odkazy na webové stránky a autorské licence, vytvořit anotaci článku na titulní stránku s obrázkem a začlenit článek do redakčního systému vložením správné rubriky, šablony, data vydání a autora.

A samozřejmě je potřeba také provést konečnou korekturu textu, tj. opravit pravopisné chyby, překlepy a stylistické neobratnosti, přidat barevné podklady pod text pro snadnější čitelnost ve vícestrukturovaných textech, provzdušnit veškeré texty umělým odřádkováním nebo do odstavců pro snadnější orientaci



čtenáře v textu, aby nebylo vše narváno v jednom velkém, obtížně čitelném, nudném textovém bloku, a nakonec zkontrolovat celou grafickou podobu článku v tiskovém náhledu, zda vše bude lahodit oku čtenářovu. Teprve poté je článek definitivně hotov a připraven k vydání. To vše je tedy obsah mé každodenní práce.

Ferda Mravenec – práce všeho druhu

Dá se proto s úspěchem konstatovat, že publicistika v mém osobním praktickém podání je něco na způsob *Ferda Mravenec – práce všeho druhu*. Víím, že to nezní příliš profesionálně, ale dospěl jsem k názoru, že umět samostatně na poměrně slušné úrovni literárně tvořit, definovat myšlenky, vymýšlet nové projekty, fotografovat, pracovat s internetem a počítačovými programy Photoshop, Corel, InDesign, Pinnacle, MS Office a řadou dalších, vytvářet počítačovou grafiku, točit videa, stříhat je, ozvučovat, vkládat na internet, ovládat práci v několika redakčních systémech, dělat korektury, komunikovat s autory a koordinovat vydávání tří magazínů najednou je jediný způsob práce, který mě dokonale uspokojuje, neboť mi dává absolutní tvůrčí volnost, svobodu a nezávislost na dalších nepředvídatelných okolnostech, jež mou práci negativně ovlivňují nebo ji dokonce přímo znemožňují tím, že je závislá na jiných lidech, a já se proto nemohu spolehnout hlavně sám na sebe.

S tím úzce souvisí také fakt, že učit se nové věci a poznávat nové pracovní postupy se stalo jednou z mých životních posedlostí. Díky své práci jsem nucen přečíst denně kolem tisíce anotací nejrůznějších informací a zpráv ze všech možných oblastí (zpravodajství, ekonomika, politika, technika, kultura, společnost), z nichž tu část, která mě zaujme, podrobně prostuduji a poté z ní čerpám inspiraci a nápady pro svoji vydavatelskou práci a doprovodnou projektovou činnost.

Internetové vydavatelství LOUŽECKÝ.CZ

Když už jsme u té vydavatelské činnosti, musím se zmínit také o našem internetovém vydavatelství **LOUŽECKÝ.CZ**, které provozuji společně se svým synem Martinem.

..



V této virtuální podnikatelské společnosti mám na starosti **tvorbu obsahu** jednotlivých projektů, zatímco Martin se zabývá především **technickou stránkou**, tj. tvorbou webové grafiky (webdesignu), programováním redakčních systémů a výrobou internetové reklamy.



Mimo již výše zmíněných magazínů je součástí našeho vydavatelství další internetový magazín s názvem **IRSKO AKTUÁLNĚ**, což jsou **největší české stránky o Irsku**. Ty vydává Martin samostatně ve spolupráci se svou kolegyní Janou Strýčkovou, která žije v irském Dublinu.

Magazín **IRSKO AKTUÁLNĚ** byl vyhlášen **nejlepším phpRS webem roku 2007**, kdy ve stejnojmenné anketě získaly tyto webové stránky první místo. Anкета je zaměřena na celkové technologické a designerské zpracování webu, přičemž výherce zde vybírá odborná porota.



Naše internetové vydavatelství **LOUŽECKÝ.CZ** je schopno spojenými silami poskytnout své **komplexní podnikatelské služby** firmám i soukromníkům, kteří se chtějí prezentovat na internetu nejen kvalitní webovou grafikou, ale také dlouhodobým **originálním zpracováním obsahu na zakázku a na klíč**. Konkrétní podnikatelskou nabídku na vytvoření obsahu najdete na mém webu **PREZENTACE S OSOBNÍM DOPORUČENÍM** a informace o dalších službách pak na stránkách vydavatelství www.louzecky.cz.



www.psod.cz

A pokud v tom všem máte stále ještě zmatek, podívejte se na mé osobní webové stránky s podtitulem **OSOBNÍ PROFIL**, kde najdete všechno vysvětleno přehledně a v kostce včetně podrobného přehledu mých projektů, o kterých jsem zde raději nemluvil :-).



<http://pavel.louzecky.cz>

Zpátky k internetovému marketingu

Ve všem, co ve svém životě dělám, se snažím mít vždy k dispozici **veřejně prokazatelné reference**, které jsou jasným a přesvědčivým důkazem nejen použité formy a stylu, ale v ideálním případě hlavně výsledků a kvality mé práce. Díky těmto referencím se pak pokouším získávat další práci a zakázky.

Internetovému marketingu a osobní prezentaci stoprocentně věřím a všude tyto metody propaguji jako jednu z ideálních forem reklamy, která má dlouhodobý účinek s nedozírnými přínosy pro podnikatele s tím, že oproti jiným typům reklamy a inzerce je internetový marketing neskutečně levný, prokazatelný a účinný.

O tom, že opravdu funguje, svědčí nejen prodejní úspěchy firmy ESEL, ale dokládá to i celá **řada osobních rozhovorů a reportáží** se spokojenými klienty v magazínu AUTOMATICKÉ VYTÁPĚNÍ, kteří se zde nebojí uvést své jméno, bydliště a dokonce i kontakty na sebe, takže je stoprocentně průkazné, že se nejedná o žádný reklamní trik nebo podvod.

O to více mě překvapuje, že tento princip internetového marketingu nedokáží účinně využívat další firmy ke svému prospěchu, že nejsou schopny ani ochotny se jím inspirovat a nezkusí změnit své stereotypní návyky, vyznačující se zejména neustálým zadáváním drahé, krátkodobé a málo efektivní reklamy a inzerce prostřednictvím velkých reklamních společností **za investici do vytvoření vlastního mediálního prostředí**, kterým budou moci účinně, cílevědomě a především dlouhodobě ovlivňovat širokou veřejnost.

Pokud tedy znáte nějakého osvíceného podnikatele, který by měl zájem **vyzkoušet internetový marketing** ve své firmě, který by zatoužil mít **svůj vlastní internetový magazín** a chtěl by na tom spolupracovat s internetovým vydavatelstvím LOUŽECKÝ.CZ, doporučte mu k přečtení tento článek. Co se nedoče v něm, to mu rád zodpovím při našem osobním jednání.

Pavel Loužecký

vydavatel a šéfredaktor internetových magazínů
internetové vydavatelství LOUŽECKÝ.CZ

<http://pavel.louzecky.cz>

pavel@louzecky.cz