

DIB|M partners in
communications



Donath Business & Media

Public Relations/Public Affairs

Spálená 29

110 00 Praha 1

Česká republika

tel.: +420-224 211 220

fax: +420-224 211 620

<http://www.dbm.cz>

e-mail: mbox_dbm@dbm.cz



„Public Relations v pojetí DBM znamená tvorbu, úpravu a ochranu podnikatelského prostředí klientů cestou cíleného utváření kvalifikovaného názoru cílových skupin kreativními komunikačními prostředky na základě pravdivých informací. Přesně vyvážená kombinace znalostí místních poměrů, inovativní přístup ke komunikaci a zkušenosti z práce v mezinárodních partnerstvích umocňují naši schopnost efektivně ovlivňovat postoje cílových skupin. Dodržování přísných etických zásad je spolu s uměním kreativní komunikace zárukou, že DBM vždy najde optimální řešení komunikačních potřeb svých klientů.“

Michal Donath

Základní údaje

- Poskytuje služby v oboru public relations, public affairs a vybrané služby v oblasti reklamy dle požadavků zákazníků
- Historie:
 - 1991 založení Burson Marsteller CS jako pobočky mezinárodní sítě agentur Burson-Marsteller
 - 1998-2010 Donath-Burson-Marsteller je jako samostatná agentura součástí mezinárodní sítě Burson-Marsteller
 - 2011 změna názvu na Donath Business & Media (DBM)
 - 2012 - 2017 byla DBM členem mezinárodní sítě PR agentur IPREX
- Aktuální počet stálých zaměstnanců: 9
- Působí na území České republiky a Slovenské republiky
- Jméno firmy: Donath Business & Media s.r.o.
- Adresa: Spálená 29, 110 00 Praha 1, Česká republika
- Bankovní spojení: UniCredit Bank Czech Republic, č.ú.: 1125512004/2700
- IČ: 25661035, DIČ: CZ25661035
- Zapsaná pod spisovou značkou C 59015 u Městského soudu v Praze

Naše přednosti

- Originální a nápaditá řešení splňující očekávání zákazníků nejen z hlediska realizace jejich vlastních obchodních záměrů, ale zejména z hlediska přísného dodržování etických zásad public relations
- Cílené vyhledávání příležitostí nad rámec stanovených komunikačních a obchodních cílů
- Tvořivý přístup k odborné problematice klientů s cílem nalézat neotřelá komunikační řešení při realizaci zakázek
- Týmová spolupráce založená na využití a rozvoji komunikačních disciplín
- Vysoká odbornost a profesionalita
- Odvaha a připravenost komunikovat za klienta v tísni
- Silné technologické zázemí
- Dostupnost 24 hodin, 7 dní v týdnu

Ocenění



Ve 12. ročníku České ceny za PR jsme 6 nominací proměnili v 5 ocenění: 2 zlaté, 1 stříbrnou, 1 bronzovou a zvláštní ocenění. Projekt *Pro důstojnost zemřelých a paměť živých: Rehabilitace starého židovského hřbitova v Prostějově* získal 1. místo v kategoriích Státní správa, veřejný a neziskový sektor a Sólokapr a 2. místo v kategorii Společenská odpovědnost a filantropie. Zvláštní ocenění za originální přístup na poli krizové komunikace si odnesl projekt *Krizová poezie*, který získal také 3. místě v kategorii Sólokapr. O přízeň poroty České ceny za PR se ucházelo 156 projektů, podáno bylo celkem 310 přihlášek.

DBM se dlouhodobě snaží přispívat k odbornému a etickému rozvoji oboru. Již od svého vzniku se pravidelně účastní domácích i zahraničních oborových soutěží. Práce agentury se řídí etickými principy Stockholmské charty mezinárodní asociace ICCO (International Communications Consultancy Organisation).

Další nominované a oceněné projekty:

- PR Daily's Media Relations Awards 2012: Honorable Mention
- Česká cena za Public Relations 2011
 - Projekt na podporu českého ekozemědělství (BILLA) - 2. místo
 - StřevoTour 2010 (Onkomaják) - 2. místo
- European Excellence Awards 2010
 - Dvě mouchy jednou ranou... První ombudsman v telekomunikační firmě na světě (Orange SK)
- European Excellence Awards 2010
 - Střevotour 2009 (Onkomaják)
- Sabre Awards 2009 (nominace)
 - Dvě mouchy jednou ranou... První ombudsman v telekomunikační firmě na světě (Orange SK)
- Sabre Awards 2008 / European Excellence Awards 2009 (nominace)
 - Dětský vzdělávací projekt „Dobrodružství Holuba Emila“ (The Bell School)
- Česká cena za Public Relations 2008
 - Zářivky do koše nepatří (Ekolamp)
- European Excellence Award 2008
 - Názory slovenských novinářů na vybrané otázky mediálního prostředí na Slovensku (Slovak Press Watch)
- Česká cena za Public Relations 2007
 - Zneužití léků obsahujících látku pseudoefedrin versus právo na samoléčbu (Reckitt Benckiser, Zentiva a GlaxoSmithKline)

Nabídka služeb

DBM poskytuje služby v oblasti public relations a public affairs v České republice a na Slovensku již od roku 1991. Nabízíme poradenství, podílíme se na organizačních činnostech a spolu se svými dodavateli poskytujeme i další marketingové služby. Vycházíme z toho, že pro obchodní úspěch našeho klienta je v rámci PR důležitá především kreativita a etika a ve většině případů také využití nejnovějších nástrojů informačních technologií. Základ naší práce dotváří detailní plánování a důsledné dodržování rozpočtů předem schválených klientem.

Agentura pro své klienty zajišťuje služby především v těchto oblastech:

- Vztahy s médii
- Internet Relations
- Krizový management
- Firemní odpovědnost
- Public Affairs
- Strategické poradenství v oblasti PR
- Budování značky a reputace
- Nástroje PR a organizační podpora
- Inzerce a advertorialy
- Vzdělávání v oblasti PR

Vztahy s médii

Schopnost pohotově komunikovat klíčová sdělení cílovým skupinám může zásadním způsobem vylepšit vnímání firmy, výrobku či služby. To ovšem za předpokladu, že jsou zachovány základní etické principy vztahů s médii. Jen to zaručí dlouhodobý profesní vztah založený na hodnotě a kvalitě informací. Budování a udržování transparentních a profesionálních vztahů s médii považujeme za zcela samozřejmý dlouhodobý proces.

Vztahy s médii mají zásadní vliv na dobrou pověst firmy a nesmí být v žádném případě opomíjeny. Strategie a taktika v této oblasti je vždy součástí komunikačních návrhů společnosti DBM. Naši specialisté mají v této oblasti mnohaleté zkušenosti.

V roli mluvčího firmy vystupují kromě tiskového mluvčího také členové představenstva či jiní pracovníci. K úspěšné formulaci klíčových sdělení není potřeba talent. Lze se tomu naučit. Základem jakéhokoli komunikačního programu proto musí být obeznámení se se základními principy práce s médii a vystupování. To lze zajistit kvalitním tréninkem, jehož obsah musí odpovídat oboru, ve kterém klient působí. DBM realizuje mediální tréninky pro významné firmy, instituce i jednotlivce.

V oblasti vztahů s médi agentura poskytuje tyto služby:

- Identifikace relevantních mediálních kontaktů
- Psaní a distribuce tiskových zpráv
- Tiskové konference
- Mediální trénink
- Monitoring médií
- Analýza mediálních výstupů
- Příprava klíčových sdělení
- Příprava otázek a odpovědí
- Psaní textů a článků
- Media trip
- Umístění do médií
- Zastupování klientů ve funkci tiskových mluvčích

Internet Relations

Internet je pro všechny firmy bez rozdílu důležité médium pro budování přímých vztahů téměř se všemi cílovými skupinami. Na jedné straně umožňuje, aby byl každý názor vyslechnut třeba celým světem, a na druhé otevírá nové možnosti dialogu s konkrétní cílovou skupinou.

Umožňuje osobní komunikaci a poskytuje kreativní nástroje pro upoutání pozornosti cílové skupiny. Pro dobré jméno firmy důležité, aby na svých internetových stránkách poskytovala informace relevantní pro odbornou i laickou veřejnost a obchodní partnery.

Dnes již nestačí na internetu pouze „být“. Proto nad rámec obvyklých možností tradičních médií masové komunikace doporučujeme využívat nových komunikačních příležitostí, které internet a sociální sítě nabízí.

DBM pomáhá svým klientům v této oblasti formulovat účinné strategie a se svými interními odborníky a zkušenými dodavateli zajišťuje celou škálu internetových služeb od průzkumů mínění až po webové přenosy a kontextovou inzerci.

Agentura pro klienty zajišťuje:

- Monitoring internetu vlastními nástroji CzechSpyder a eMedia checker
- Tvorbu obsahu a podoby internetových stránek
- Práci se sociálními médii
- Poradenství v oblasti využití blogů a sociálních sítí i přípravu konkrétních aplikací
- Internetové dotazníkové průzkumy
- Internetové vysílání a přenosy
- Internetové chaty
- Intranet
- Přímá komunikace s cílovými skupinami prostřednictvím nástrojů Videomail a VIPmail

Krizový management

Komunikační krize je taková situace, ve které je ohrožena pověst firmy v očích veřejnosti. Žádnou krizovou situaci nelze dopředu naplánovat. Rizika, včetně komunikačních, je však možné s předstihem identifikovat a následně minimalizovat. Úspěšné řešení krizí v pojetí DBM spočívá v kreativní práci s dostupnými informacemi, v přiměřené a rychlé odpovědné reakci a v nápaditých komunikačních řešeních. V sázce je totiž dobré jméno společnosti, to nejcennější, co firma má. Komunikační krize bez dostatečně rychlého řešení může vést až ke ztrátě důvěry zákazníků i zaměstnanců, k finančním ztrátám či poškození obchodních příležitostí.

Poradenství v této oblasti využívá celý arzenál nástrojů a aktivit public relations. DBM má na českém a slovenském trhu rozsáhlé zkušenosti s řešením krizových situací v různých oborech podnikání.

Společnost DBM je připravena poskytovat pomoc při řešení krizových situací 24 hodin denně 7 dní v týdnu.

V případě potřeby krizové komunikace agentura poskytuje:

- Krizové komunikační poradenství
- Krizový komunikační trénink
- Simulace krizových situací
- Přípravu krizového manuálu
- Zřízení a provoz krizové telefonní linky a webu

Firemní odpovědnost

S úspěchem každé firmy logicky přichází i odpovědnost vůči jejímu okolí, tedy společnosti, v níž působí. Odpovědnost, kterou firma sama pociťuje a kterou od ní také očekávají a občas hlasitě vyžadují její spoluobčané. Odpovědnost, která je v konečném důsledku klíčovým faktorem pro skutečně udržitelnou prosperitu firmy.

Firmy často vynakládají na projekty společenské odpovědnosti významné prostředky, ale většinou nedokáží změřit dosažený efekt. Bez jasné strategie a přesně nastavených procesů jsou výdaje „na charitu“ často pouhým vyhazováním peněz z okna. Navíc, firma se může místo pochvaly v médiích snadno dočkat veřejného obvinění z korupce.

DBM má zkušenosti se všemi fázemi profesionalizace společenské odpovědnosti firem: od analýzy stávající praxe přes přípravu strategie a organizačního zabezpečení až po nastavení transparentních procesů pro výběr projektů a jejich vyhodnocování.

V oblasti firemní odpovědnosti klientům nabízíme:

- Vypracování strategie firemní odpovědnosti
- Realizaci projektů firemní odpovědnosti a jejich komunikaci
- Hodnocení projektů firemní odpovědnosti z pohledu cílových skupin a cílů společnosti

Public Affairs

Rozhodnutí veřejných činitelů mají zásadní vliv na obchodní a podnikatelské prostředí. Vrcholní političtí představitelé státu, zákonodárci i státní úředníci každodenně činí rozhodnutí, která mohou výrazně ovlivnit prosperitu firmy či život občanů. DBM nabízí odborníky, kteří dokáží pomocí kvalifikovaných argumentů hájit zájmy klienta.

DBM se v této oblasti v České republice angažuje již od roku 1995, kdy úspěšně zasáhla ve prospěch malých a středních pivovarů ve snaze zabránit zrušení daňových výhod právě pro menší pivovary. Tak mohla být zajištěna různorodost pivovarské produkce na českém trhu. V roce 2008 agentura získala ocenění Česká cena za public relations za náš PA projekt Zneužití léků obsahujících látku pseudoefedrin versus právo na samoléčbu, který připravila pro společnosti Reckitt Benckiser, Zentiva a GlaxoSmithKline.

K aktivitám agentury v oblasti public affairs patří:

- Budování vztahů se státní správou, samosprávou a nevládními organizacemi
- Legislativní monitoring v rámci ČR a EU
- Podpora obchodních a diplomatických misí
- Podpora investičních projektů
- Doporučení v oblasti firemní odpovědnosti

Strategické poradenství v oblasti PR

Strategické poradenství v oblasti public relations je v pojetí DBM zaměřeno hlavně na vyhledávání a realizaci komunikačních příležitostí. Jsme připraveni zhodnotit možnosti našich klientů a využít všech komunikačních příležitostí pro posilování obchodních vztahů s jejich zákazníky či dodavateli. Poskytujeme strategické poradenství v oblasti PR na úrovni představenstva, marketingového oddělení, oddělení interní komunikace, lidských zdrojů nebo například řízení rizik.

V oblasti strategického poradenství zajišťujeme:

- Poradenství v oblasti interní komunikace
- Měření účinnosti PR aktivit
- Vyhledávání komunikačních příležitostí
- Vyhledávání sponzorských příležitostí
- Vztahy s investory, akcionáři, výroční zprávy
- Vztahy s obchodními partnery

Budování značky a reputace

Značka má na zákazníky magický vliv. Je to jeden z hlavních faktorů, podle kterého se zákazník rozhoduje, zda si daný výrobek či službu koupí. Silná značka nepotřebuje akce, slevy a výhodné nabídky. Budování značky je dlouhodobý proces, který má vést ke změně vnímání a očekávání potencionálních zákazníků a v konečném důsledku i ke změně jejich nákupního chování. Přitom nejde jen o rychloobrátkové (FMCG) zboží, ale jedná se i o služby a výrobky určené pro segment business to business.

V této oblasti nabízíme klientům kreativní aktivity, které mají pomoci efektivně komunikovat klíčová sdělení cílové skupině a zároveň mají pozitivní vliv na obchodní výsledky klienta.

Poskytujeme podporu v těchto oblastech:

- Produktové PR
- Korporátní PR
- Uvádění výrobků na trh
- Rebranding
- Relaunch
- Stahování výrobků z trhu

Nástroje PR a organizační podpora

Produkční firmy obvykle nabízejí způsoby, jak zajistit činnosti, které jim klient zadá. DBM vstupuje na scénu již ve fázi plánování a pomáhá klientům nalézt nejlepší způsob komunikace klíčových sdělení. Takový, který bude efektivní a zároveň nezatížený vysokými náklady.

Služby v této oblasti nezahrnují pouze klasický „event management“, ale také internetové průzkumy, design internetových portálů, brožury, letáky, časopisy či pozvánky. Snažíme se, aby výsledkem naší činnosti byly materiály a aktivity, které si účastníci budou pamatovat i poté, co se pomyslná opona zatáhne. Inovativní služby poskytuje DBM svým klientům v České republice a na Slovensku zejména v oblasti IT. V roce 1999 jsme tak realizovali například vůbec první živé televizní vysílání po internetu.

DBM klade důraz na nejdůležitější složku produkční činnosti, a tou je interaktivita mezi klientem a jeho cílovou skupinou. Public relations je postaveno na dialogu s cílovými skupinami a všechny zvolené nástroje tomu musí odpovídat.

Oblasti, ve kterých agentura zajišťuje organizační podporu:

- Brožury
- CD-ROM/DVD
- Firemní časopisy
- Hromadná korespondence
- Informační linka
- Informační materiály
- Letáky
- P.O.Box
- Pozvánky
- VIP a jiné akce

Inzerce a advertorialy

Při komunikaci s veřejností mohou nastat situace, kdy se nelze spolehnout na zájem médií prezentovat veřejnosti některé důležité skutečnosti. Může jít například o telefonní číslo informační linky v případě celoplošného stahování výrobku z prodeje. Pak pomůže poutavý a vhodně umístěný inzerát. Společnost DBM má s využitím reklamních sdělení jako nástroje firemní komunikace dlouhodobé zkušenosti.

Poskytujeme klientům poradenství v oblasti využití reklamy při krizové komunikaci, při zlepšování firemní pověsti, budování značky a vztahů mezi firmami či při komunikaci s veřejností během právních sporů (litigation support).

Podporujeme podporu v těchto oblastech:

- Psaní textů pro inzeráty a advertorialy
- Dojednání umístění v médiích
- Grafické řešení inzerce a advertorialů

Vzdělávání v oblasti PR

DBM svým zákazníkům nabízí i vzdělávání v oblasti PR, které má za cíl usnadnit osobní rozvoj a realizaci PR programů bez přímé agenturní podpory. Naši lektori přednášejí také v rámci certifikovaného vzdělávacího programu Asociace PR agentur „London School of Public Relations“ a na Akademii PR, kterou organizuje Asociace PR agentur (APRA) při Vysoké škole ekonomické v Praze. Čerpají přitom ze zkušeností DBM, která působí v České republice již od roku 1991.

Programy vzdělávání jsou vždy navrhovány individuálně a jsou určeny zejména členům statutárních orgánů, vyššímu managementu a pracovníkům firemních marketingových a tiskových oddělení. Je koncipován s ohledem na rozdílné požadavky a zkušenosti účastníků. Součástí programu jsou případové studie a praktická cvičení.

Nejčastěji požadované okruhy tréninku:

- Úvod do PR
- Komunikace během krizové situace
- Průprava pro práci s médii
- Úspěch při interview
- Firemní reputace a identita
- Produktové PR jako alternativa reklamy
- Organizace společenských akcí
- Rozvoj komunikačních schopností
- Optimalizace firemní komunikace
- Komunikační průprava podpůrného personálu
- Internet Relations

Klíčoví klienti DBM v ČR a SR (2014)

- Agender
- Bel Sýry Česko
- Billa
- Czech CFA Society
- Česká transplantační nadace
- Integer
- IPVIC
- Jihlava
- Karlovarské minerální vody
- Legios
- Mediaservis
- Moravská vysoká škola Olomouc
- Nadace pro transplantace kostní dřeně
- p.k. Solvent / TETA
- Prager Literaturhaus
- Prague Biennale
- Poinsettia
- Sklostroj
- Tesco SW
- Trevos
- UPS

Klienti dle oborů - výběr realizovaných projektů

Bankovníctví a finance:

- Advent International
- Czech CFA Society
- ČSOB
- Expandia Banka
- HSBC
- GE Capital Bank
- Genesis Capital
- Pioneer Investments
- OVB Allfinanz
- Raiffeisen Investment
- Winterthur penzijní fond

Farmacie a zdravotnická péče:

- Bristol-Myers Squibb
- IKEM
- Iscare I.V.F.
- Johnson&Johnson / Janssen Cilag
- Pfizer
- Reckitt Benckiser
- Roche

Gastronomie, potravinářský průmysl

a rychloobrátkové zboží:

- Balírny Douwe Egberts
- BEL Sýry Česko
- Karlovarské minerální vody
- Nutricia
- McDonald's ČR
- UNILEVER

Instituce:

- Magistrát hl. m. Prahy
- Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR
- Pittsburgh
- Úřad vlády ČR
- Turecké velvyslanectví a Svaz automobilového průmyslu

IT a telekomunikace:

- Czech On Line
- 3 COM
- Fujitsu Siemens Computers / Fujitsu
- GTS Czech
- Lucent Technologies / Avaya Czech Republic

Výstavnictví:

- Incheba
- Reed Exhibitions

Developerské projekty, reality:

- Asociace realitních kanceláří
- Orco
- Housing & Construction
- Skanska

Komunální služby / Utility:

- Ekolamp
- IOC (Conoco, Shell, Agip)
- Shell

Přepravní a kurýrní služby:

- United Parcel Service Czech Republic
- Lufthansa

Média a vydavatelství:

- CME / ČNTS
- Euromedia Group
- Mediacop
- Mediaservis
- Mladá fronta

Nadace a charita:

- NESsT
- Nadace pro transplantace kostní dřeně
- Pražský literární dům

Obchodní řetězce:

- Plus Discount
- BILLA

Odborné služby:

- Accenture
- Czech Invent
- Deloitte&Touche
- KPMG
- The Bell School

Průmysl:

- ArcelorMittal Ostrava
- Boeing Aerospace Limited
- České lupkové závody / Ekologie
- TVX Bohemia Důlní
- Rockwool



Michal Donath
Managing Director

Michal Donath pracuje v agentuře na pozici Managing Director.

V oboru public relations začal pracovat v roce 1991 jako generální ředitel agentury Burson-Marsteller. V polovině roku 1998 převzal pražskou kancelář BM a založil společnost Donath-Burson-Marsteller. Od ledna 2011 změnila firma název na Donath Business & Media. Během své kariéry v oboru PR se Michal Donath etabloval jako uznávaný konzultant v oblasti krizové komunikace. Byl u zrodu Asociace PR agentur (APRA), přednáší na London School of Public Relations.

Během své rozsáhlé praxe zastával vedoucí pozice v plánování, zahraničním i domácím obchodě, zemědělství, dopravě a zdravotnictví. Jako pražský dopisovatel amerického časopisu Time a agentury UPI si vytvořil pracovní kontakty se zahraničními a místními sdělovacími prostředky i s českými politiky. Výborná znalost anglického a německého jazyka mu umožnila stát se tlumočnickem předních osobností naší politické scény, mezi něž patřil i dnes už bývalý prezident Václav Havel.

Studium na Fakultě zahraničního obchodu Vysoké školy ekonomické v Praze ukončil v roce 1973. Absolvoval také roční stipendijní pobyt na Institutu novinářských věd univerzity ve Vídni.

Hovoří plynule anglicky a německy.



Gabriela Adámková

Consumer Relations Consultant

Gabriela Adámková pracuje v agentuře od roku 2012 na pozici Consumer Relations Consultant.

Specializuje se na organizaci nejrůznějších typů akcí, se kterými má bohaté zkušenosti ze své dřívější praxe.

V letech 2006 – 2012 pracovala pro cestovní kancelář Prague Inspiration na pozici výkonné ředitelky. Ve spolupráci s oddělením protokolu Úřadu vlády ČR řadu let připravovala programy pro zahraniční delegace a politické reprezentace. Nejrůznější individuální a skupinové programy realizovala také pro zahraniční turisty a návštěvníky Prahy a České republiky.

Gabriela je absolventkou vyšší odborné školy se zaměřením na sociální právo, hovoří plynule anglicky.



Tomáš Jelínek

Executive Director / Public Affairs Director

Tomáš Jelínek pracuje v agentuře DBM od září roku 2005 na pozici Senior Public Affairs Consultant.

Před nástupem působil ve státní správě a neziskovém sektoru. V letech 1996 až 2001 pracoval v Kanceláři prezidenta republiky, kde zodpovídal především za ekonomickou agendu prezidenta Václava Havla. Byl např. spoluorganizátorem setkání představitelů WBG/IMF s nevládními organizacemi na Pražském hradě v roce 2000. Zabýval se též problematikou odškodnění obětí nacismu. Zastupoval Českou republiku u International Commission for Holocaust Era Insurance Claims vedené Lawrenceem Eagleburgem a byl součástí odborného týmu při jednání o odškodnění obětí nucené a otrocké práce. Předtím působil rok na Ministerstvu hospodářství jako poradce ministra Karla Dyby.

Od roku 1998 do současnosti je aktivní i v neziskovém sektoru, kde vykonával různé funkce. V současnosti je předsedou Institutu pro sociální a ekonomické analýzy.

V roce 1992 absolvoval stavební fakultu ČVUT v Praze. Potom se věnoval postgraduálnímu studiu v programu teoretické ekonomie v Center for Economic Research and Graduate Education při Karlově univerzitě, které v roce 1995 zakončil pouze složením rigorózních zkoušek. V roce 1999 získal stipendium na Pew Economic Freedom Fellows Program, který organizovala School of Foreign Service na Georgetown University v USA. Absolvoval studijní stáže ve Francii a Spojených státech (World Bank a Labor Department).

Hovoří plynně anglicky.



Simona Kopová
Media Relations Director

Simona Kopová pracuje v agentuře DBM od března 1997. Nyní zastává pozici Key Account Director a poskytuje konzultace především v oblasti zdravotnictví, služeb a finančnictví.

Před nástupem do agentury pracovala dva roky ve školicím oddělení francouzské farmaceutické společnosti Servier.

Vystudovala Fakultu sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze - magisterský obor mediální studia.

V roce 1999 absolvovala program Burson-Marsteller University ve Spojených státech. V roce 2000 absolvovala certifikovaný kurz London School of Public Relations pořádaný Asociací PR agentur v Praze.

Hovoří anglicky, částečně rusky.



Karla Krejčí
Business Development Director

Karla Krejčí pracuje v agentuře DBM od roku 1996. V současné době zastává pozici Business Development Director a poskytuje poradenství v oblasti zdravotnictví, dopravy a finančních služeb.

Od roku 1993 působila jako kmenová redaktorka ekonomicky zaměřeného periodika Czech & Slovak Investment News. Ve stejné době v Českém rozhlasu Praha vytvářela jako externí spolupracovnice pořady pro ekonomickou relaci Občanská burza.

Je absolventkou Fakulty mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze se specializací Ekonomická žurnalistika (1995) a Institutu masové komunikace a žurnalistiky na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze (1998). Znalosti v oblasti komunikace si prohloubila absolvováním specializovaných studijních programů například Burson-Marsteller University ve Spojených státech a Perception Management v Londýně.

Hovoří plynně anglicky a částečně francouzsky.



Jan Laštovička
Externí kreativní konzultant

Jan Laštovička pracoval v agentuře DBM od října roku 2005 do srpna 2014 na pozici Director Creative Communications, nadále spolupracuje externě.

Vystudoval Pedagogickou fakultu Univerzity Karlovy v Praze, obor pedagogika a výtvarná výchova. V průběhu studií absolvoval v rámci mezinárodního studentského programu Erasmus-Sokrates šestiměsíční stipendijní pobyt na Seminarier for Formgivning v Dánsku se zaměřením na grafický design. Magisterské studium ukončil v roce 2004 obhajobou diplomové práce.

Před nástupem do agentury externě spolupracoval s firmou Porcela Plus, kde se v oddělení designu podílel na vývoji dekorace porcelánu. Jeho grafické návrhy dekorace porcelánu realizuje např. firma Karlovarský porcelán.

V roce 2006 absolvoval certifikovaný kurz Asociace PR agentur v Praze nazvaný London School of Public Relations.

Hovoří plynule anglicky.



Monika Nováčková

Consumer Relations Consultant

Monika Nováčková pracuje v agentuře od března 2015 na pozici Consumer Relations Consultant. Dále zajišťuje administrativní chod kanceláře a spolupodílí se na organizaci klientských akcí.

Vystudovala magisterský obor Technické znaectví a expertní inženýrství na Mendelově univerzitě v Brně. Studia zakončila s vyznamenáním v červnu 2014. Na Fakultě humanitních studií Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně absolvovala kurz Sociální pedagogiky zaměřený na oblast školství a sociálních služeb.

Během studia absolvovala odbornou praxi v řadě firem, mimo jiné ve společnosti Tenza, která zajišťuje komplexní činnost a služby v oblasti výstavby a rekonstrukce zdrojů pro výrobu tepla a elektrické energie, ve firmě Authentica, POP & POS solutions, jež se zabývá návrhem a tvorbou designových produktů.

Hovoří komunikativně anglicky, jazyk dále studuje.



Ilona Pestrová

Consumer Relations Consultant

Ilona Pestrová pracuje v agentuře od roku 2014 na pozici Consumer Relations Consultant.

Dříve pracovala v ratingové agentuře Dun & Bradstreet specializující se na mezinárodní data a služby na pozici Operations manager. Zde měla na starost vedení týmu, který zpracovává informace o českých a slovenských podnikatelských subjektech pro zákazníky a obchodní partnery z celého světa. Dále úzce spolupracovala se zákaznickým servisem na vyřizování reklamací a s marketingovým oddělením na přípravě nejrůznějších akcí a prezentací.

Ilona dokončila středoškolská studia v roce 1999 a navázala tříletým studiem na FF UK obor psychologie.

Hovoří komunikativně anglicky, částečně rusky.



Josef Průša
Chief Information Officer

Josef Průša pracuje v agentuře DBM od června 1996 na pozici Chief Information Officer.

Před nástupem do agentury pracoval pro počítačová periodika jako člen testcentra a recenzent. Publikoval v PC Magazine Czech Edition a časopisech Computer World a PC World nakladatelství IDG. Jako odborník na software a sítě pracoval také ve firmě FCC Folprecht.

Vystudoval inženýrské studium oboru elektrotechnologie na Elektrotechnické fakultě ČVUT.

Hovoří plynně anglicky, ovládá také němčinu, ruštinu a francouzštinu.



Lenka Štěpanyová

Consumer Relations Consultant

Lenka Štěpanyová pracuje v agentuře DBM od září roku 2007 jako Public Relations Consultant.

Vystudovala Pedagogickou fakultu Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, kterou v únoru 2007 završila státními zkouškami z anglické a španělské filologie, psychologie a pedagogiky. Během studia absolvovala v rámci vzdělávacího programu EU Socrates II./Erasmus roční stipendijní pobyt na Filozofické fakultě Universidad de Alcalá de Henares a krátce poté studovala i na Universidad Autónoma de Madrid.

V roce 2006 absolvovala certifikovaný kurz Asociace PR agentur v Praze nazvaný London School of Public Relations.

Hovoří plynule španělsky a anglicky.

Pohotovost 24/7

Krizový kontakt pro Českou republiku a Slovensko:

Michal Donath

Managing Director

Tel.: +420 224 211 220

GSM: +420 602 222 128

E-mail: michal.donath@dbm.cz