

COMMUNICATION SUMMIT 2026

# Jaká je šance, že z baru neodejdete sám?

Jak systematická PR práce přebudovala brand Seyforu  
a co to udělalo s byznysem.

Daniel Šturm, CMO | Seyfor Group | 9. 6. 2026

**Seyfor**

# Když vás zná 1 % lidí v baru, jaká je šance?

V místnosti je 100 lidí. Vás zná jeden. Přesně tak vypadal Seyfor v roce 2023.

# 1 %

IT ŘEDITELŮ SI V ROCE 2023  
VZPOMNĚLO NA SEYFOR SPONTÁNNĚ

## Otázka pro sál:

Jaka značka vas napadne jako první, když slyšíte "podnikový software"?

Zdroj: B-inside, Brand Awareness průzkum, srpen 2025, n=1 60, firmy nad 1 mld. Kč



# Řvali jsme. Nikdo neposlouchal.

553 výstupů za rok — 69 % z nich nikoho nezajímalo. Prémiových: 17 z 553.

69 %

## CO JE SKÓRE KVALITY (PRIME)

0 – 19 · Okrajová zmínka

20 – 49 · Relevantní

50 – 100 · Hlavní téma

### Problém:

Optimalizovali jsme počet, ne dopad. Dělalí jsme přesně to, co se v PR dělat nemá.

# Méně výstupů. Trojnásobek dopadu.

Přestali jsme oslovovat každou. Začali jsme zajímat ty správné.

	2024	2025
Výstupy celkem	553	<b>437</b>
Prémiové výstupy (skóre 50+)	17	<b>47</b>
Celkový dosah	25 mil.	<b>30 mil.</b>
Pozitivní dosah	8,7 mil.	<b>19,1 mil.</b>

**Jak:**

Tier 1 média — HN, Ekonom, SeznamZprávy. Témata, která cílová skupina skutečně čte. Konzistentně, rok za rokem.

# Zjistili jsme, o čem se v tomto baru mluví.

89 % IT ředitelů a 87 % ekonomických ředitelů řeší AI. Mluvili jsme o AI. Konzistentně. Tři roky.



**Výsledek:**

Dosah AI obsahu +1 258 % za 3 roky. Výběr tématu není redakční rozhodnutí — je to strategické.

Zdroj: Mediaboard 2023-2025; B-inside Brand Awareness průzkum, srpen 2025

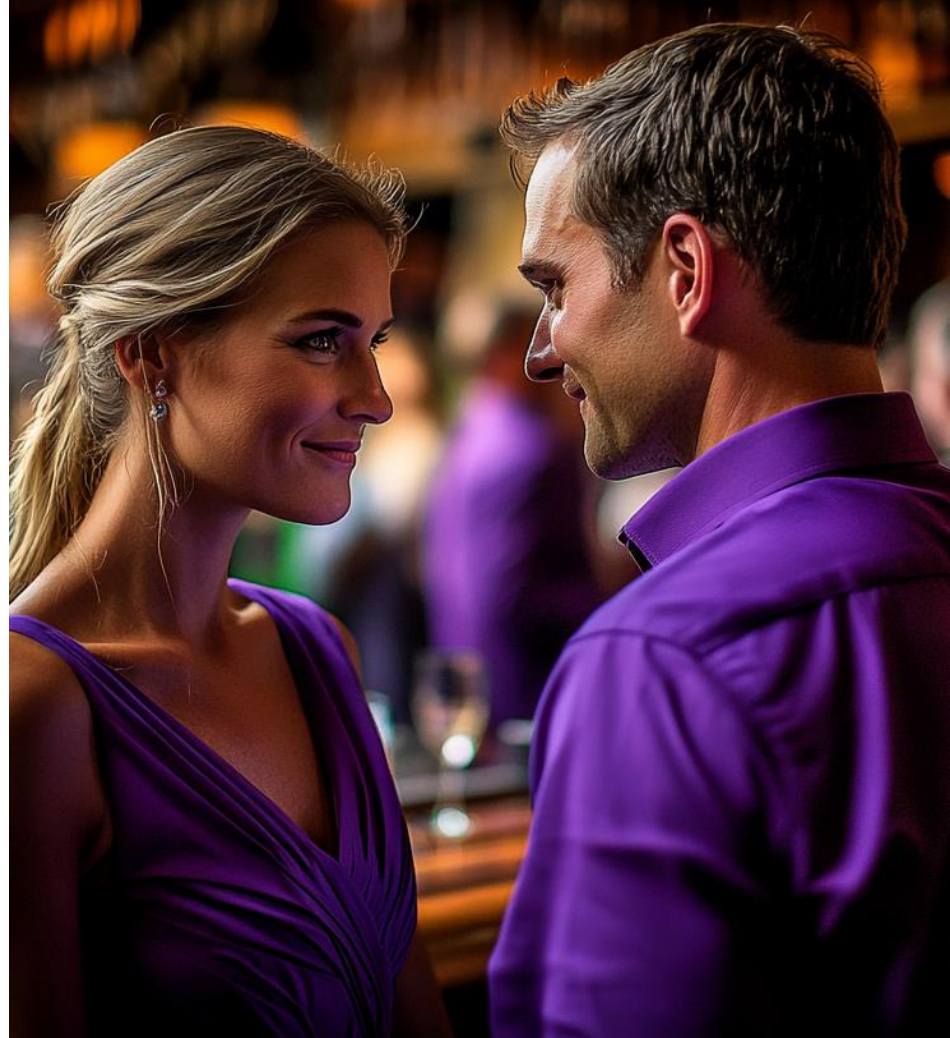
# Dnes nás zná 10 % lidí v tomto baru.

Spontánní znalost IT ředitelů — pětinásobek za tři roky.  
Průzkum B-inside, n=160, firmy nad 1 mld. Kč.



56 % z těch, kdo nás znají, říká: "Znam jen jméno, nemám názor."  
Cíl pro příštích 12 měsíců.

Zdroj: B-inside, Brand Awareness průzkum, srpen 2025, n=160, firmy nad 1 mld. Kč



# Seyfor z baru neodešel sám.

---

**1 000 000 000 Kč**

EBITDA SKUPINY SEYFOR ZA ROK 2025

---

**5,5 mld. Kč**

KONSOLIDOVANÝ OBRAT 2025

---

**50×**

RŮST ZISKU ZA POSLEDNÍCH 12 LET

Přímou čáru od článku v HN k miliardové EBITDA vám nenakreslím.  
Ale konzistentní trend? Ten ukázat umím.

# Návod, jak z baru neodejít sám

PR se dá měřit. A pak řídit.

1

## Měřte

Spontánní znalost značky, sentiment, PRIme kvalitu výstupů — ne jen počet. Kolik lidí vás zná spontánně, ne kolik jich bylo v místnosti.

2

## Vybírejte

Méně výstupů na správných místech = násobně větší dopad než více výstupů kdekoliv. Správné místo, správné téma, méně pokusů s větším dopadem.

3

## Dokládejte

Propojte PR metriky s byznysem. Ne přímou čarou — ale konzistentním trendem. Brand a byznys rostou spolu.

Začíná tým, že se rozhodnete měřit to, na čem záleží. A pak to řídit.

DĚKUJI

Data, metodika  
a co z toho plyne  
pro vás.



[seyfor.com/communication-summit-2026](https://seyfor.com/communication-summit-2026)

Daniel Šturm | [daniel.sturm@seyfor.com](mailto:daniel.sturm@seyfor.com) | CMO, Seyfor Group