Adison

Checklist měření komunikace

Na co nezapomenout při měření PR. Rychlý checklist podle AMEC frameworku a Barcelonských principů.

1 Před kampaní

- [ ] **Definujte cíle jako první.** Metriky vybírejte až po nich, ne naopak.
- [ ] **Cíle musí být SMART a propojené s obchodními prioritami.** Byznys → marketingové a komunikační cíle.
- [ ] **Změřte výchozí stav**, bez něj nelze prokázat změnu.
- [ ] **Dohodněte se se stakeholdery na KPI předem.** Vyhnete se přepisování metrik v průběhu. Ptejte se, co je skutečně trápí a s čím může komunikace pomoci. Dozvíte se nejen skutečné cíle, ale také, co chtějí vidět v reportu.

2 Výstupy — co komunikace vyprodukovala

- [ ] **Sledujte počet a typ výstupů, reach a sentiment.**
- [ ] **Ověřte, zda jsou ve výstupech klíčová sdělení** (message pull-through rate).
- [ ] **Nepoužívejte AVE jako hlavní metriku hodnoty.** Barcelonské principy ji explicitně odmítají. Lepší je mít kvalitativní index.

3 Efekt — jak reagovala cílová skupina

- [ ] **Měřte povědomí a postoje u cílové skupiny.** Průzkum nebo proxy metriky.
- [ ] **Sledujte engagement nad rámec lajků a impresí.**
- [ ] **Kombinujte kvantitativní i kvalitativní metody =** čísla a kontext dohromady.

4 Dopad — co to přineslo organizaci

- [ ] **Propojte PR aktivity s obchodními výsledky.** Měřte web traffic, leady, konverze.
- [ ] **Dejte cíli cenovku.** Kolik firmě ušetříte / přinesete financí, když vaše komunikační aktivita bude úspěšná?

5 Reporting a učení — measure → learn → adapt

- [ ] **Prezentujte výsledky vždy v kontextu původního cíle.**
- [ ] **Uveďte metodiku a omezení měření transparentně.**
- [ ] **Každý report uzavřete doporučeními pro příští kampaň.**

AMEC Integrated Evaluation Framework

Jak framework použít →



Více metrik a jejich popis najdete na Metrik.world.

© 2026 Adison