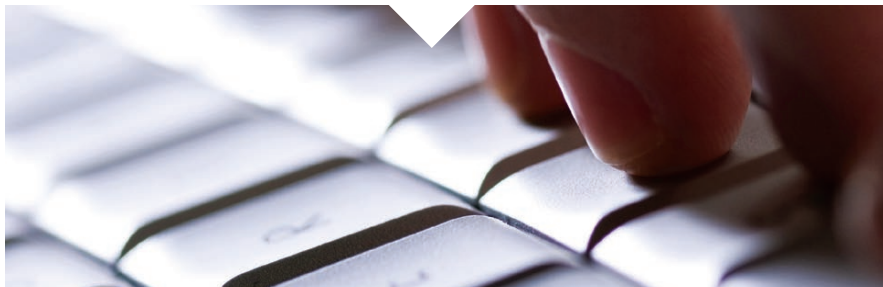


# JOURNAL

4 / 2010  
www.globalvision.cz



## Téma: open-source CMS Proč se za software zdarma platí?



Open-source redakční systémy si získávají stále větší oblibu i mezi velkými společnostmi a státními institucemi. Proč ale nakonec zaplatí stejně nebo více, než při implementaci komerčního systému na míru?  
**Čtete více na straně 2**

## Optimalizujte náklady na média!

Chcete ušetřit na reklamních médiích až desítky procent? Pomůžeme vám s tím. Není to fikce, ale realita. Při chytré volbě inzertních médií, plánování kampaně a nákupu médií ve vhodný čas lze skutečně značně ušetřit.

*Informujte se o možnostech úspor u Vašeho obchodního zástupce Global vision, nebo volejte 776 166 111.*

## Vytvořte si Facebook aplikaci!

O možnostech a významu nejsilnější sociální sítě Facebook jsme psali poměrně podrobně v minulém vydání GV Journalu. Jaký je ale význam aplikací pro Facebook? Bez jakékoliv nadsázky ohromný. Dobře vytvořená aplikace pro Facebook může být nástrojem propagace s neuvěřitelnou silou a to jak ve spojení s tematicky zaměřenou skupinou, tak kampaň založená na samostatně stojící aplikaci. „Dobré“ aplikace se šíří prakticky samy a to exponenciální řadou. Všichni „kamarádi“ se ihned dozvědí, že ji někdo začal používat. „Otravnější“ aplikace se mohou rozesílat i samy bez ohledu na aktivitu uživatele. Takový typ však může být ve smyslu propagace kontraproduktivní. Hry, statistiky a soutěže jsou tradičně největší skupinou. Nesmíme však zapomínat i na praktické aplikace. Díky technologii Facebook Connect je možné integrovat na jakékoliv stránky přihlašování pomocí existujícího účtu facebook nebo sdílení diskusí a příspěvků on-line na Facebooku. Možností je mnoho a v současné době je stále mnoho místa pro nová a kreativní řešení.

Informujte se u Vašeho poradce, nebo na [info@g-v.cz](mailto:info@g-v.cz). Společně nalezneme jistě vhodné využití i pro Vás.

## KRÁTCE

### Facebook je nejnavštěvovanější webový portál

Zpráva, kterou všichni očekávali, ale neodvážili se na ní pomyslet, je realitou. Sociální síť facebook předběhla Google v návštěvnosti...

► více na straně 3

### Zahajujeme distribuční program, systému Publis CMS

Společnost Global Vision otevřela distribuční program redakčního systému Publis. Program je určen pro partnery především z řad menších a středních reklamních a mediálních agentur, grafických studií, či prodejců SW, kteří nevyvíjí vlastní redakční systém, ale jejich klienti tyto služby poptávají u nezávislých dodavatelů...

► více informací na [www.publis.cz](http://www.publis.cz)

### Virál: Ježíšova tvář v KitKat

Všichni známe věštění z kávové sedliny. Ale už jste někdy přemýšleli nad tím, co vidíte v rozkousnuté tyčince KitKat? Nizozemská agentura **UbachsWisbrun/JWT** se nad tím zamyslela a byla z toho neobyčejně úspěšná virální kampaň

► více na straně 5

## FRESH WORK

### Tiskárna F&F v novém!

Spustili jsme novou webovou prezentaci tiskárny F&F. Jedná se o jednoduchou firemní prezentaci založenou na redakčním systému Publis. Technické řešení dovoluje v budoucnu snadně zavést e-shop.  
[www.tiskarna-ff.cz](http://www.tiskarna-ff.cz)

### SportLines mají web od GV

Společnost SportLines, s.r.o. má nové webové stránky od Global Visionu. Prezentace má za účel především strukturované a jasné představení nabídky služeb společnosti sport-lines a reference na realizované projekty společnosti.  
[www.sportlines.cz](http://www.sportlines.cz)

### PR pro Cistirnu-odevu

Společnost Global Vision realizovala v měsíci březnu PR prezentaci pro internetový projekt [cistirna-odevu.cz](http://cistirna-odevu.cz). Jedná se o projekt 1. internetové čistírny v ČR. Objednávkový a logistický systém realizovalo rovněž GV. V rámci PR tak bylo dosaženo prezentace v několika časopisech – celostránkový článek v časopisu Hotel and Spa Management nebo články v časopisech TOP CLASS a Fashion Club. Oproti srovnatelné placené inzerci došlo k úspoře finančních prostředků v řádech desítek tisíc korun.

# TÉMA: OPEN-SOURCE CMS

**i** Drag&Drop je funkce editace v prostředí webového prohlížeče, díky které je možné manipulovat se zobrazenými položkami pouhým „chycením“ myši a přetažením na cílové místo.

**i** Open source je počítačový software s takzvaně „otevřeným“ kódem. Zdrojový kód programu je tak volně přístupný vývojářům a je možné ho v rámci licence (obvykle některá z variant GNU-GPL) libovolně upravovat a šířit.

**i** Co je to redakční systém, nazývaný také CMS (Content Management System)? CMS je počítačový software instalovaný na serveru poskytovatele, zajišťující jak samotný běh jakýchkoliv webových stránek, nebo eShopu – tzn. zobrazení požadovaného obsahu uživateli, práce s databází atd. – tak rovněž správu a tvorbu obsahu webové prezentace a to přímo z webového prohlížeče uživatele – klienta.

## OPEN SOURCE – „JE ZDARMA“

Na trhu dnes kromě placených řešení **redakčních systémů (CMS)** – jako je například i RS Publis - existuje celá škála více či méně kvalitních redakčních systémů zdarma, tzv.: „OPEN-SOURCE“, nejběžněji poskytovaných pod nějakou z verzí volně šiřitelné licence (GNU-GPL atd...). Kromě možnosti pořízení systému zdarma pak další velká výhoda open-source spočívá v tom, že jej většinou používá velké množství uživatelů (milióny) a velké množství uživatelů (statistic) se též zabývá vývojem systému, čemuž nemůže žádný komerční systém konkurovat. To jsou jedny z klíčových předností open-source projektů. Bohužel však bývají obě zmíněné výhody prvním stupínkem k výčtu nevýhod, které učiní z komerčního použití open-source CMS noční můru průměrného uživatele a ekonomicky nejneefektivnějším rozhodnutím finančního ředitele společnosti, který se tímto snažil ušetřit... Open source není vhodný pro každého, a pokud se pro něj kdokoliv rozhodne, měl by mít na paměti všechny klady a zápory implementace open-source.

## Proč se tedy platí i za open source?

Open source skutečně zdarma je. Software (v našem případě CMS) je možné stáhnout zcela zdarma z internetu. Zdarma je též nesčetné množství diskuzních fór a již omezené množství doplňků a modulů zdarma. Tímto okamžikem vše, co je zdarma, končí. Většina sofistikovanějších funkcí pro open source systémy totiž vyvíjejí komerční firmy, které chtějí za svoji snahu zaplatit - protože platí svým zaměstnancům, platí daně, nájem a podobně... Provoz systému (pokud nemá firma vlastní server a správce sítě) opět něco stojí - webhousing zdarma jistě není záležitost vhodná pro firemní prezentaci. Navíc pokud není vlastní administrátor ve správě konkrétního open-source CMS dostatečně zkušený, stane se pro něj obstarávání provozu běhu systému časově velmi nákladnou záležitostí. A čas jsou peníze, a tak je nutno počítat s tím, že tolik času, kolik strávil vlastní administrátor na správě CMS, je stejným nákladem, jako kdyby bylo placeno externí firmě.



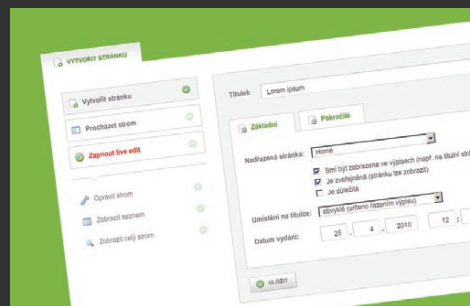
pokračování na další straně...

## Nejoblíbenější světové open-source CMS:

- Joomla!
- WordPress
- Drupal

## PUBLIS v novém!

Redakční systém Publis, který je originálním produktem společnosti Global Vision a je vyvíjen již více než 3 roky, má nové grafické rozhraní. Stává se tak nejen uživatelsky přívětivějším, ale také jedním z nejhezčích redakčních systémů na trhu. Posuďte sami na screenshotech, nebo si napište o testovací přístup na [obchod@publis.cz](mailto:obchod@publis.cz), nebo u Vašeho obchodního zástupce GV a informujte se o možnostech upgrade Vaší současné prezentace.



## Drag & Drop pro Publis

Redakční systém Publis má nově rovněž funkci Drag&Drop – tedy editaci obsahu webových stránek přímo tažením a pokládáním součástí, stejně jako jsme na to zvyklí z prostředí MS Windows. Funkce LiveEdit je tak konečně „živá editace“ a RS Publis se staví na technologickou špičku na trhu.

Informujte se o možnosti upgrade na 776 166 111 nebo u Vašeho zástupce GV

...pokračování z předchozí strany

Pokud navíc nedisponujete vlastním softwarovým analytikem, který by měl se zvoleným open-source CMS systémem zkušenosti, věřte, že kdokoliv, kdo systému rozumí, si nechá za své služby patřičně zaplatit. Nehledě na to, že v mnoha případech systému ani nerozumí. Zde začínáme narážet na jeden z "pilířů výhod" open-source. Statisíce programátorů, kteří systém "ladí", nebudou nikdy ve Vaší kanceláři. Prakticky nemůže existovat nikdo, kdo by rozuměl celému systému a všem jeho modulům, protože je vytvořilo tak velké množství lidí.

## SPOČÍTEJTE SI ROZDÍL SAMI

**Systém** - open-source je zdarma ve volně šiřitelné verzi. Pokud zvolíte variantu některé z upravených verzí, bude Vás zajisté něco stát i instalace specializovanou firmou

**Grafika** - pokud myslíte Vaši webovou prezentaci vážně, nelze pracovat s neupravenými "šablonami" volně dostupnými na internetu. Kromě ve většině případů nekvalitního zpracování, je velmi trapné, pokud se Váš konkurent bude chlubit úplně stejnými stránkami. Nemáte-li navíc vlastního programátora, CSS styly Vám bude muset upravit někdo s IT vzděláním. Pokud budete chtít kvalitní grafiku na míru, musíte opět platit odborníkovi...

**Funkce na míru** - pokud chcete s open-source ušetřit, s funkcemi na míru se rovnou rozlučte. Můžete využít některý z volně dostupných modulů, který bude s velkou pravděpodobností alespoň v něčem jiný, než potřebujete a jeho úprava je opět stejně drahá jako plat programátora a fixní náklady toho, kdo Vám modul opraví. Bez ohledu na to, že pokud modul sám neprogramoval od začátku, nalezení správného řešení se může velmi protáhnout, zvyšuje se riziko poruchovosti a tím i Vaše současné a budoucí náklady.

**Zprovoznění systému** - už jen samotné zprovoznění (instalace redakčního systému na server a zprovoznění grafické šablony), je záležitost, kterou laik zvládne jen při strávení několika dní na odborných fórech a kupování knížek o HTML - ušetřit zde nelze. Opět se musí najít odborník, který systém zprovozní.

**Provoz systému** - pokud jste si open-source vybrali, protože chcete spolehlivý systém a s výše uvedenými náklady jste počítali, možná jste zapomněli na tuto poslední položku – provoz a již zmíněná "rozptýlená znalost" open-source se může proměnit v noční můru nejen administrátorů, kteří budou polovinu času pracovní doby trávit "googlováním" chybové hlášky, kterou nikdy neviděli, ale i uživatelů, kteří budou svými dotazy IT oddělení bombardovat. Pokud budete tyto lidské zdroje vybírat ze svých vlastních řad, pak nezbývá než připomenout, že pokud mohli tito zaměstnanci dělat něco jiného a vydělávat, pak je cena jejich zbytečné práce jednoduše nákladem firmy, stejně jako kdyby tuto činnost zajistil dodavatel. Pokud servis zajišťuje dodavatel, platí se za službu stejně jako v případě komerčního systému a tudíž je provoz stejně drahý, nebo dokonce dražší, než provoz komerčního systému. Pokud tedy z jakéhokoliv důvodu preferujete právě open-source, je nutné se připravit na skutečnost, že pro profesionální využití je nutné zaměstnat odborníky. A pokud se jedná o náš skromný osobní názor... RS Publis Vás vyjde vždy levněji!



A pokud nevěříte, stačí nám zavolat na 776 166 111 a my Vám obratem zpracujeme kalkulaci.

## Známí uživatelé open-source CMS

- Bílý dům
- CNN – blogy apod.
- The New York Times – některé části

## Facebook je navštěvovanější než Google



Facebook se stal podle výzkumu společnosti Hitwise nejnavštěvovanějším webem v USA, když na něj v prvním březnovém týdnu směřovalo 7,07% uživatelů připojených k internetu. Ke Googlu to bylo 7,03%.

Ačkoliv je to malý rozdíl, jedná se o historický moment a jasné potvrzení trendu i zaspání Google, který přišel s vlastní službou sociální sítě Buzz se značným zpožděním. Zprávu přinesl list The Financial Times. Přestože do čísel Google

nejsou započítány přidružené služby skupiny Google (Gmail, YouTube a podobně), lze předpokládat, že Facebook se bude návštěvnosti domovského webu google.com už jen vzdalovat.

## Reklamní předměty

Vybíráme pro Vás novinky a akční zboží z katalogů všech nejvýznamnějších dodavatelů reklamních předmětů v ČR. Nakupujte chytře a ve správný čas!

### Tričko s V výstřihem

Barvy: modrá, bílá, červená  
dvoubarevné vrstvené, 190g/m2, 100% jersey  
česaná bavlna, minimální odběr 50 kusů

**35,90 Kč**



### Golfový míček Dunlop Spirit Distance

**17,90 Kč**



### Kuličkové pero plast

Barvy: zelená, šedá, červená,  
modrá, žlutá, bílá

**15,90 Kč**



### Čepice s kšiltem

**11,30 Kč**



### Sklenice matná

0,2 l, matné sklo

**9,90 Kč**



**Kontaktujte Vašeho zástupce GV!**

Ceny reklamních předmětů jsou bez potisku  
a platí do vyprodání zásob, všechny ceny bez DPH.

## Jesus KitKat

Virální kampaň byla založena na rozšíření jednoduché zprávy, která byla odeslána emailem nizozemskému tisku. Zpráva byla odeslána jménem smyšleného čtenáře, který upozorňoval na fakt, že po kousnutí do KitKatu rozeznal v tyčince tvář Krista!

Výsledek byl překvapující. Největší nizozemský zpravodajský server [www.nu.nl](http://www.nu.nl) publikoval zprávu obratem a po čtyřech dnech se zpráva rozšířila na více než 150.000 webů a stala se tak skutečně reklamou, která se „šíří sama“.

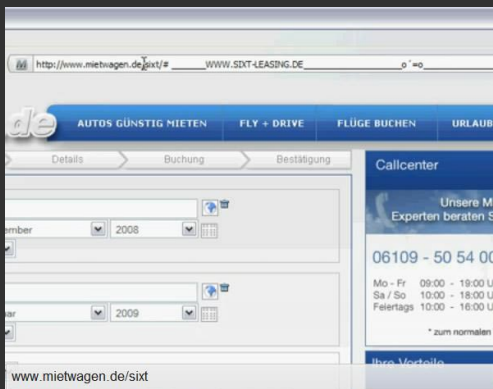


## Animovaná URL

Autopůjčovna Sixt, chtěla na německém trhu propagovat svoje služby na největším německém serveru věnovanému půjčování automobilů - [mietwagen.de](http://mietwagen.de).

Požadováno bylo, aby byla propagace co nejvíce viditelná a zaujala. Agentura Jung von Matt přišla s neobvyklým řešením v podobě animované URL v adresním řádku prohlížeče.

Díky využití JavaScript se tak v adresním řádku proháněla autíčka složená z ASCII znaků, měla různou velikost, jezdila různými rychlostmi a dokonce se předjížděla. Kampaň následně rychle vyvolala buzz na Twitteru a blozích a znatelně zvýšila návštěvnost stránek [sixt-leasing.de](http://sixt-leasing.de) a [mietwagen.de](http://mietwagen.de). Jak to celé vypadalo, si můžete prohlédnout na tomto videu: [http://www.youtube.com/watch?v=E\\_ml8OCAMs4](http://www.youtube.com/watch?v=E_ml8OCAMs4) / [www.idirekt.cz](http://www.idirekt.cz)



## Guerrilla kampaň IKEA

IKEA realizovala již v roce 2008 v sousedním Rakousku originální guerrilla kampaň.

Výrobky IKEA se díky své popularitě šíří také do filmů a seriálů. Nejedná se nicméně o cílený product placement, ale o logický důsledek oblíbenosti produktů značky IKEA.

Agentura DDB Berlin proto vytvořila kampaň s cílem oslovit mladé publikum. Kampaň byla prezentována „pirátským“ promítáním doplňkových informací o nábytku který se zrovna objevil na plátně - a to přímo v kinech, během promítání.

Po skončení představení pak byly divákům před východem rozdávány katalogy produktů IKEA. Cíl rozdání 1.000 katalogů byl mnohonásobně překročen, když se rozdalo téměř 5.000 katalogů a osloveno bylo s minimálními náklady 13.000 potenciálních zákazníků. Jak kampaň vypadala, můžete vidět na tomto videu: <http://www.youtube.com/watch?v=IBgWHZ47Auc>.



Uvažujete o virální reklamní kampani? Informujte se o možnostech u vašeho obchodního zástupce Global Vision, nebo na [klient@g-v.cz](mailto:klient@g-v.cz)