

Zůstaň součástí ZČU: Z ekonomky a univerzitního týmu až ke správě sítí NHL a Českého hokeje

19.6.2025 - Kateřina Dobrovolná | Západočeská univerzita v Plzni

Jak se absolvent Fakulty ekonomické z Plzně dostane ke správě sociálních sítí Českého hokeje a jedné z nejsledovanějších sportovních lig světa - NHL?

Ve zkratce - přes univerzitní hokejový tým ZČU Akademie Plzeň. Odmala mě bavil hokej, sám jsem dokonce hokej hrával. U Akademiků jsem zjistil, že se u toho dělají sítě, web, videa a foto. Začalo mě to bavit, tak jsem to začal zkoušet. Vilda Franěk, jeden ze zakladatelů Akademiků, byl velice otevřený tomu, dát šanci mladším klukům. Shodou okolností působil v rámci sociálních sítí v NHL, už chtěl odejít, a tak mě doporučil. K Českému hokeji jsem se pak dostal skrz NHL, kde už jsem měl nějaké zkušenosti. NHL mám tedy spíše okrajově a správa sociálních sítí Českého hokeje je moje hlavní náplň práce. V dnešní době je totiž snadné dělat na dálku, nejsem v Evropě sám, kdo pracuje právě pro NHL, dál mám kolegy ve Finsku, Švédsku, Švýcarsku, nebo Německu. Tvoříme příběh na dálku a přibližujeme americkou ligu blíž Evropě. Jednou jsem byl na cestách za NHL i osobně, a to když v Pittsburghu vyřazovali dres Jaromíra Jágra.

Vaše práce vyžaduje cit pro data, trendy i komunikaci. Pomohla vám s tím nějak konkrétně Fakulta ekonomická?

Ano, určitě. Vždycky si něco zanalyzovat, vymyslet strategii na základě dat, vymyslet taktiku, jak danou věc budu komunikovat, poté následuje racionalizace a zpětné měření, na to všechno mě FEK připravila. Všechny tyto záležitosti jsem navíc zpracovával jak v bakalářské, tak diplomové práci, a hodí se mi dodnes.

Co všechno konkrétně obnáší vaše práce?

Co se týče sezóny, můj běžný den začíná s NHL. Pokud mám zrovna home office, stačí, když vstanu 15 minut předem, ale když jedu do kanceláře v Praze, tak musím v sedm ráno ve vlaku začít pracovat. Postahuji si příběhy na sociálních sítích NHL, highlighty, grafiky, pracuji na tom zhruba dvě hodiny a zbytek dne se věnuji Českému hokeji, který je pro mě víc rozmanitý v náplni práce. Záleží, zda se chystáme na turnaj a připravujeme strategii, nebo jestli komunikujeme při nějakém probíhajícím turnaji, kde sám nezveřejňuji příspěvky, ale mám další kolegy, kterým zadávám práci a šéfuji jim. Zjednodušeně řečeno, v Českém hokeji vedu tým, v případě NHL mám ruce přímo na „spoušti“.

Jak moc musí člověk, který tvoří takový obsah, rozumět samotnému hokeji? A sledujete hokej jako fanoušek i ve volném čase?

Hokeji člověk v tomhle případě musí rozumět. Buďto, když ho sám hrál, a potom to má jednoduché - má cit pro hru, nebo jako fanoušek či reportér. Tito lidé jsou pak vhodní na statistiky. Já to mám spíše pocitově, snažím se odhadovat, co lidi může bavit a vymýšlet obsah z prostředí. Podle mě je dobrý mix, když jsou v týmu jak reportéři, tak lidé přímo z hokejového prostředí, protože obě tyto skupiny mají rozdílné nápady, které můžou cílit na různé skupiny lidí a fanoušků. Vždy je lepší mít další úhel pohledu. Já jsem byl dříve fanoušek, ale teď už se na hokej moc nedívám.

Jak se na sítích komunikuje neúspěch? Narážím na nedávné Mistrovství světa...

Když se minulý rok vyhrálo Mistrovství světa a vše bylo zalité sluncem, věděl jsem, že jsme si na sebe ušili bič. Reporting dosahů a obecně ta čísla, kterých jsme skrze příspěvky na sociálních sítích dosáhli, byla enormní, pohybovali jsme se ve vyšších stovkách milionů zobrazení a bylo to krásné. Ale věděl jsem, že následující rok musíme držet laťku. My se prostě snažíme na sítích komunikovat, ať se daří, nebo ne. Nově třeba chodíme do kabiny i po prohraném zápase, ne jen po tom vyhraném, a točíme video, fotíme. Komunikace po prohraných zápasech může být úplně v pohodě, je to sport, může se stát cokoliv. Připravenou grafiku *Máme zlato* jsme předělali na *Hoši, děkujem* a stále se snažíme s fanoušky komunikovat, aby neměli pocit, že se na ně někdo vykašlal.

Co byste poradil studujícím nebo čerstvým absolventům, kteří by jednou chtěli dělat marketing – třeba právě pro velkou (ne nutně sportovní) značku?

Chyťte se dobrých lidí a dělejte to, co vás baví. Spojte se s různými spolky na univerzitě, protože ty kontakty jsou do konce života, a to jak kamarádsky, tak pracovně. Mě by asi nebavilo dělat jiné projekty, než hokej nebo případně jiný sport, a mám to štěstí, že ho můžu dělat.

Máte v rámci práce nějaký profesní sen, který si ještě chcete splnit – ať už v Českém hokeji, NHL, nebo mimo tuto oblast?

Možná bych se jednou rád posunul ze sociálních sítí na šéfa kontentu, ale nechci být ředitelem, baví mě být u obsahu.

Uvedte jedním slovem největší přínos Fakulty ekonomické pro vaši současnou kariéru.

Příležitosti.

Na co z let strávených na ZČU nejraději vzpomínáte?

Na hokej (*smích*). Na Akademiky obecně, jelikož mi dali strašně moc. Nejdřív jsem se na ně díval skrz prsty, protože šlo o druhou ligu, ale když jsem k nim nastoupil, začalo mě to neuvěřitelně bavit. S ostatními jsme chodili na večírky, ve škole na společné obědy a já jsem si vytvořil takový ten americký sen na univerzitě, kde jsou lidé pospolu. Na tribunu jsme pak přitáhli třeba tisíc lidí, což bylo fajn. Navíc studium na ekonomce mi pomáhalo v tom, co jsem dělal v rámci sociálních sítí, takže se mi to hezky spojovalo. Rád jsem trávil čas i v knihovně, v bufetu na snídaních, kde bývaly výborné. Tam jsem vždycky psal všechny práce, bakalářku i diplomku. Jinak se ZČU jsem ve spojení stále, a to právě skrze Akademiky, kde řeším hlavně marketing a různé technické věci. Sice kvůli nedostatku času je to čím dál tím méně, ale stále když můžu, tak pomůžu, a tím vracím tak trochu to, co mi Akademici dali během studia.

Patříte také k našim absolventům? Přihlaste se do Klubu absolventů ZČU a zůstaňte součástí svojí univerzity.

<https://info.zcu.cz/Zustan-soucasti-ZCU--Z-ekonomky-a-univerzitniho-tymu-az-ke-sprave-siti-NHL-a-Ceskeho-hokeje/clanek.jsp?id=8245>