č. MV2 /500/2018

monitora

Smlouva o poskytnutí oprávnění k užití aplikace MONITORA

Smlouva č. KOč.999/2018/11/29/01

Název:	**Monitora Media s.r.o.**
Zápis v OR:	Městský soud v Praze, oddíl C, vložka 240838
Sídlo:	Viktora Huga 359/6, 150 00 Praha 5 - Smíchov
IČ:	03980481
DIČ:	CZ03980481
plátce DPH	
Zastoupená:	Tomáš Berger, jednatel

(dále jen „**Poskytovatel**")

a

Název:	**Muzeum hlavního města Prahy,** **příspěvková organizace zřízená hlavním městem Prahou**
Sídlo:	Kožná 475/1, 110 00 Praha 1
IČ:	00064432
DIČ:	CZ00064432
plátce DPH	
Zastoupená:	PhDr. Zuzana Strnadová, ředitelka

(dále jen „**Nabyvatel**")

se dohodli na následujícím:

1. Předmět smlouvy

1.1. Poskytovatel je oprávněn vykonávat veškerá majetková autorská práva k aplikaci MONITORA.cz, popsané v čl. 2. níže (dále také jen „**Aplikace**") a je též pořizovatelem databáze využívané Aplikací. Poskytovatel touto smlouvou poskytuje Nabyvateli oprávnění k výkonu práva užít Aplikaci způsoby a v rozsahu stanoveném dále touto smlouvou za sjednanou odměnu (dále také jen „**Licence**").

1.2. Nabyvatel je oprávněn informace získané prostřednictvím užití Aplikace užívat pro své marketingové, obchodní, analytické či jiné účely za podmínek stanovených touto smlouvou a příslušnými obecně platnými právními předpisy.

1.3. Licence je poskytována jako nevýhradní. Nabyvatel je oprávněn Aplikaci užívat po celou dobu trvání této smlouvy, ke všem způsobům užití, které Aplikace a tato smlouva umožňuje, a to v teritoriálně neomezeném rozsahu. Nabyvatel není povinen Licenci využít.

1.4. Nabyvatel není oprávněn bez předchozího písemného souhlasu Poskytovatele poskytnout nebo jakkoli zpřístupnit informace z Aplikace třetím osobám.

1.5. Počet licencí: **1**

1.6. Poskytovatel v rámci plnění na základě této smlouvy zajistí pro Nabyvatele monitoring médií dle rozsahu nabídky v **příloze č.2** této smlouvy, přičemž výsledky tohoto monitoringu budou Nabyvateli dostupné prostřednictvím Aplikace.

Autorská práva k tomuto dokumentu vlastní předkladatel, tedy společnost Monitora Media, s.r.o. Dokument smí být použit pouze pro účely, pro které byl sepsán, tedy pro posouzení nabídky. Příjemce dokumentu není oprávněn obsah dokumentu ani jeho část publikovat ve veřejných sdělovacích prostředcích včetně Internetu, ani jej předat žádným třetím osobám, které se nepodílejí na hodnocení nabídky.

1.7. Počet nalezených článků měsíčně: **500** (v případě, že bude tento limit pro počet nalezených článků překročen, upozorní na tuto skutečnost Poskytovatel Nabyvatele a nabídne případné dokoupení článků nad stanovený rámec).

2. Aplikace MONITORA

2.1. Aplikace poskytuje Nabyvateli možnost sledovat a vyhledávat informace podle zadaných klíčových slov na sledovaných tištěných, online a audiovizuálních mediích.

2.2. Seznam aktuálně sledovaných zdrojů je uveden na webových stránkách www.monitora.cz. Tento seznam může být průběžně Poskytovatelem upravován, a to zejména rozšířením o nově sledované zdroje anebo výjimečně omezením o zdroje, které přestanou v budoucnu být otevřenými (např. v důsledku zpoplatnění jejich obsahu či technického opatření původce informací), popřípadě v důsledku uzavření nové smlouvy, změny smlouvy či skončení smlouvy mezi Poskytovatelem a původcem informací. Změny podle tohoto odstavce nemají vliv na sjednanou odměnu za užívání Aplikace.

2.3. Poskytovatel je ve výjimečných případech oprávněn omezit nebo vyloučit právo Nabyvatele užívat konkrétní informace zpřístupňované prostřednictvím Aplikace, zejména vyjde-li dodatečně najevo, že dalším užíváním by došlo k porušení práv třetích osob.

3. Užití Aplikace Nabyvatelem

3.1. Aplikace bude pro Nabyvatele aktivována **ke dni 01.12.2018**, využívání Aplikace bude Nabyvateli umožněno poskytnutím unikátních přístupových kódů (uživatelského jména a hesla) nebo jiným dohodnutým způsobem.

3.2. Aplikace je pro Nabyvatele přístupná 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Poskytovatel si vyhrazuje právo krátkodobých odstávek Aplikace v případě potřeby údržby a aktualizací Aplikace, o takových odstávkách bude, pokud to bude možné, Nabyvatele předem informovat.

3.3. Jakékoliv neplánové výpadky fungování Aplikace je Poskytovatel povinen bez zbytečného odkladu odstranit. Nabyvatel nemá právo na slevu z odměny podle této smlouvy, pokud doba výpadků nepřesáhne celkem 48 hodin v kalendářním měsíci anebo pokud trvání jednotlivých výpadků nepřesáhne 2 hodiny od nahlášení výpadku.

3.4. Nabyvatel není oprávněn oprávnění tvořící součást Licence ani zčásti poskytnout třetí osobě, ani jiným způsobem umožnit třetí osobě užívání Aplikace. Pro případ porušení tohoto ustanovení se sjednává smluvní pokuta ve výši měsíční odměny za každé zjištěné porušení a každý započatý měsíc trvání porušení. V případě porušení tohoto ustanovení, které Nabyvatel nenapraví ani po předchozím upozornění Poskytovatele, je Poskytovatel oprávněn omezit či vyloučit další přístup Nabyvatele k datům přístupným v rámci Aplikace a okamžitě odstoupit od této smlouvy. Poskytovatel je dále oprávněn zamezit dalšímu neoprávněnému šíření dat a zjednat nápravu zjištěného závadného stavu všemi dostupnými prostředky, k čemuž mu Nabyvatel poskytne veškerou potřebnou součinnost.

3.5. Nabyvatel je oprávněn Aplikaci využívat výhradně pro své potřeby. Nabyvatel je povinen zajistit, aby nedošlo k úniku, zveřejnění či neoprávněnému šíření údajů získaných z Aplikace jím, jeho zaměstnanci či jinými osobami.

3.6. Nabyvatel má právo přístupu k údajům, poskytnutým mu prostřednictvím Aplikace dle této smlouvy pouze po dobu účinnosti této smlouvy.

monitora

4. Omezení Aplikace a databáze

4.1. Nabyvatel bere na vědomí, že informace jsou prostřednictvím Aplikace získávány z veřejně dostupných zdrojů, popř. od třetích osob, Poskytovatel proto neodpovídá za jejich přesnost a správnost, zejména pak v případě, kdy třetí osoba informace neposkytne či poskytne informace chybné. Poskytovatel nenese žádnou odpovědnost za případné škody způsobené Nabyvateli použitím Aplikace či v důsledku použití dat prostřednictvím Aplikace získaných.

4.2. Nabyvatel bere na vědomí, že data zpřístupněná Aplikací mohou být a jsou předmětem autorských, osobnostních či jiných práv třetích osob a nese plnou odpovědnost za jejich případné další užití či šíření.

4.3. Nabyvatel bere na vědomí, že e-mailové kontakty získané v souvislosti s plněním této smlouvy lze využívat pouze v souladu se zákonem č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, v platném znění.

4.4. Poskytovatel neodpovídá za škody způsobené Nabyvateli anebo třetím osobám z důvodu vad Aplikace anebo dat zpřístupněných Aplikací.

5. Odměna za poskytnutí Licence

5.1. Celková výše měsíční odměny za 1 licenci za monitoring: **6 000,- Kč bez DPH**

5.2. K odměně dle čl. 5.1 bude připočtena DPH v zákonné výši.

5.3. Smluvní strany sjednaly, že Nabyvatel uhradí Poskytovateli odměnu za čerpání služby a příslušnou DPH vždy na **1 měsíc dopředu** na základě daňového dokladu se splatností 30 kalendářních dnů od dne jejich doručení, vystavených **po 01.02.2019**, a to bezhotovostním převodem na bankovní účet uvedený na příslušném dokladu vystaveném Poskytovatelem. **Smluvní strany se dohodly, že odměna za poskytnutí Licence za období ode dne 01.12.2018 do 31.01.2019 je zahrnuta ve sjednané odměně (odst. 5.1.) za 1 Licenci za období od 01.02.2019 do 28.02.2019.**

5.4. Při prodlení úhrady faktury se sjednává smluvní pokuta ve výši 0,1 % z dlužné částky za každý den prodlení. V případě prodlení úhrady faktury překračující 60 kalendářních dnů má Poskytovatel nárok na pozastavení aplikace do doby úhrady, aniž by se tím narušil nárok Poskytovatele na odměnu, a to bez nároku Objednavatele na náhradu období, po které byla aplikace pozastavena.

6. Trvání smlouvy

6.1. Tato smlouva se uzavírá na dobu neurčitou **ode dne 01.12.2018**.

6.2. **Smlouvu může kterákoli ze smluvních stran vypovědět. Výpovědní lhůta je 60 dní a začíná běžet prvním dnem následujícího měsíce po doručení písemné výpovědi Poskytovateli.**

6.3. Nabyvatel přebírá nebezpečí změny okolností po uzavření smlouvy a není tedy oprávněn se domáhat obnovení jednání o podmínkách této smlouvy po podstatné změně okolností, nastalé po uzavření této smlouvy.

monitora

7. Závěrečná ustanovení

7.1. Vztahuje-li se důvod neplatnosti resp. neúčinnosti jen na některé ustanovení této smlouvy, je neplatným resp. neúčinným pouze toto ustanovení, pokud z jeho povahy nebo obsahu anebo z okolností, za nichž bylo sjednáno, nevyplývá, že je nelze oddělit od ostatního obsahu smlouvy.

7.2. Tato smlouva představuje úplnou a výlučnou dohodu smluvních stran o předmětu této smlouvy a nahrazuje veškerá předchozí ujednání smluvních stran v přímé nebo nepřímé souvislosti s předmětem této smlouvy. Tam, kde se strany v této smlouvě případně odchylují od platného zákona, činí tak po pečlivém projednání a v dobré víře, že od příslušných ustanovení zákona je možné se smluvně odchýlit. Pokud bude v budoucnu konstatováno, že od konkrétního ustanovení zákona se není možné odchýlit způsobem, který strany v této smlouvě ujednaly, vzdávají se strany pro tento případ práva dovolávat se relativní neplatnosti příslušného ujednání. Tuto smlouvu je možné měnit pouze písemnou dohodou smluvních stran ve formě číslovaných dodatků této smlouvy, nevyplývá-li z této smlouvy něco jiného.

7.3. Smluvní strany sjednaly, že pro řešení sporů ze vztahů vzniklých na základě této smlouvy je místně příslušný soud, v jehož obvodu je sídlo Poskytovatele.

7.4. Poskytovatel je tímto oprávněn uvádět název a/či logo Nabyvatele ve svém seznamu referenčních klientů na svých internetových prezentacích, sociálních sítích, propagačních materiálech a podobně.

7.5. Tato smlouva je uzavřena ve třech vyhotoveních, z nichž dvě vyhotovení obdrží Nabyvatel a jedno Poskytovatel.

7.6. Smluvní strany prohlašují, že si tuto smlouvu řádně přečetly, a na důkaz souhlasu s jejím obsahem připojují své podpisy.

Příloha

1. Nabídka monitoringu médií

V Praze dne 29.11.2018

V Praze dne 5. 12. 2018

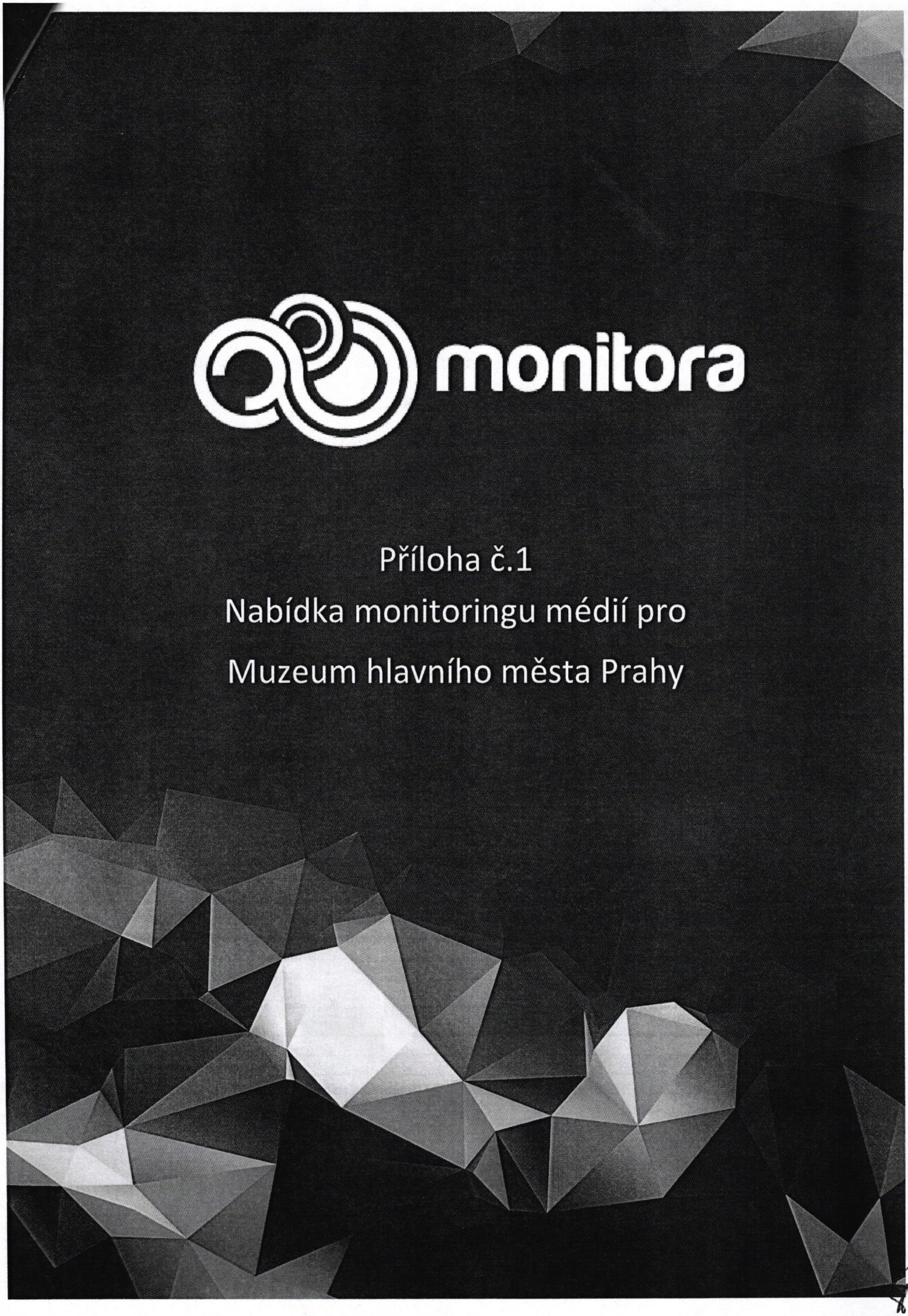
Monitora Media s.r.o.
Viktora Huga 359/6
150 00 Praha 5
IČ: 03980481

Tomáš Berger, jednatel
Monitora media s.r.o.

PhDr. Zuzana Strnadová, ředitelka
Muzeum hlavního města Prahy

MUSEUM HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY

18. 4



Příloha č.1

Nabídka monitoringu médií pro

Muzeum hlavního města Prahy

KRYCÍ LIST

Informace o společnosti Monitora Media s.r.o.			
Sídlo	Viktora Huga 359/6, 150 00 Praha 5		
Zapsána	u Městského soudu v Praze		
Právní forma	Společnost s ručením omezeným		
Bankovní ústav	Československá obchodní banka, a.s.		
Číslo účtu	269786587/0300		
IČ	03980481	**DIČ**	CZ03980481
Kontaktní osoba			
Platnost nabídky	30 dní		

OBSAH

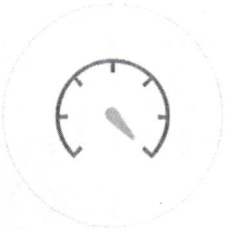
KRYCÍ LIST **2**
OBSAH **2**
1 PŘEDMĚT NABÍDKY **3**
2 V ČEM JSME NEJLEPŠÍ **4**
3 PŘEDSTAVENÍ APLIKACE **5**
4 PŘÍNOSY APLIKACE **5**
4.1 TÉMATA A KLÍČOVÁ SLOVA 6
4.2 DENNÍ MONITORING MÉDIÍ 6
4.3 DENNÍ REPORTING 7
4.4 POKROČILÁ ANALÝZA SLEDOVANÝCH TÉMAT NA JEDNO KLIKNUTÍ 8
4.4.1 kvantitativní analýza *8*
4.4.2 top online články *8*
4.4.3 počet článků dle oblasti *9*
4.4.4 weby a periodika, která nejčastěji o tématu píší *9*
4.4.5 mediální zásah *9*
4.5 PROPOJENÍ S GOOGLE ANALYTICS 10
5 SLEDOVANÁ MÉDIA **10**
6 MEDIÁLNÍ ANALÝZY **11**
6.1 POUŽÍVANÉ METRIKY 11
6.1.1 mediální dopad *11*
6.1.2 AVE (advertising value equivalent) *12*
6.1.3 OTS (opportunity to see) *12*
7 CENOVÁ NABÍDKA **13**
8 REFERENCE **14**

1 PŘEDMĚT NABÍDKY

Předmětem nabídky je denní monitoring médií dle klíčových slov, online archiv mediální databáze, reporting, exporty článků do Excelu, Wordu a dalších formátů. Modul „Analýza a měření", napojení aplikace Google Analytics a další části aplikace.

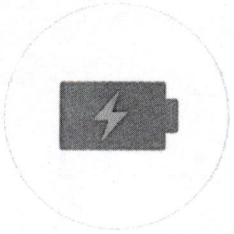
Monitoring médií je dodáván prostřednictvím webové aplikace s možností zasílání elektronických souhrnů na e-mailové adresy určené zadavatelem.

2 V ČEM JSME NEJLEPŠÍ



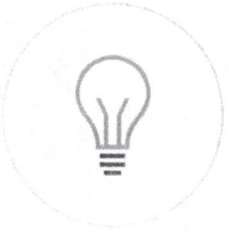
RYCHLOST

Monitora ví o online článku do 5 minut, nabízí tak nejrychlejší **real-time monitoring** na trhu. Díky tomu víte o článku jako první a získáváte důležitý informační náskok.



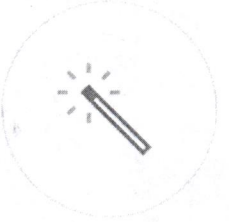
POKRYTÍ

Sledujeme **nejvíce zdrojů v ČR a SR**, díky tomu vám neunikne žádný článek. Zároveň je vždy k dispozici **mediální archiv**, který je včetně obrazových náhledů článků a zároveň lze vyhledávat a pracovat s výstupy v různých formátech.



NÁHLEDY ČLÁNKŮ

Každý článek z tisku je standardně opatřen i obrazovým materiálem, takže můžete **vnímat text v kontextu, listovat tituly**.



ANALÝZA A MĚŘENÍ MÉDIÍ

Součástí produktu je i **modul Analýza**, který poskytuje důležité metriky a vizualizace doplněné o vhled analytika, který popisuje jevy, které ovlivnily mediální obraz.

Archiv
archiv bez omezení

Export
do HTML, PDF, nebo Excelu

Reporty
okamžité, denně, týdně,...

Všechna zařízení
sledujte média na cestách

Poznámky
ke každému článku

Nastavení
včetně klíčových slov

Sentiment
sledujte, jak se o vás píše

Sociální sítě
víte, jak se článek šíří sítí

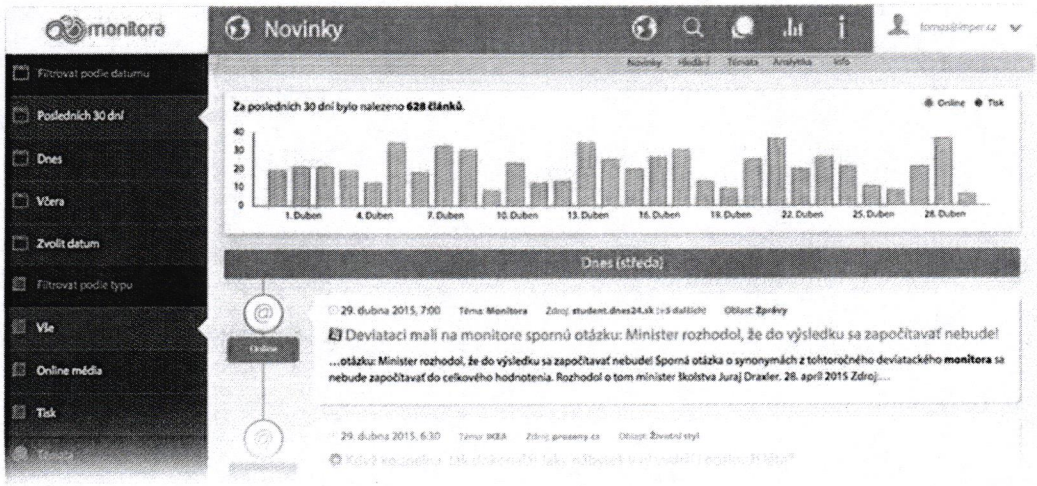
Záznamy
rozhlasových a TV pořadů

CRM
Moduly pro CRM
informace vázané na IČo

API
Můžete využít API
a napojit libovolnou aplikaci

3 PŘEDSTAVENÍ APLIKACE

Aplikace Monitora vám umožní média nejen monitorovat, ale i měřit a analyzovat. Nesleduje pouze počty článků a zmínek, ale měří jejich mediální zásah. Ten pak systém umí vyhodnocovat a porovnat například s konkurencí. Monitora spojuje zprávy do událostí a sleduje, jak se vyvíjí v čase.

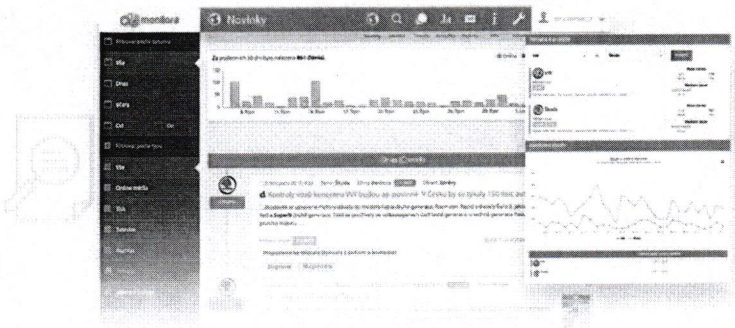


4 PŘÍNOSY APLIKACE

- Přístup k dennímu monitoringu přímo v systému.
- Možnost vlastního nastavení aplikace – témata a klíčová slova.
- Velké množství relevantních výstupů napříč monitorovanými oblastmi (online, tisk, rádio, TV).
- Monitoring online zdrojů okamžitě po zveřejnění.
- Pravidelné automatizované e-mailové reporty ze systému.
- Možnost využití mediálního archivu.
- PDF náhledy u tištěných článků, které lze následně uložit a tisknout.
- Možnost přímého prokliku na online článek z aplikace i reportu.
- Možnost variabilně filtrovat za mediatypy, témata i období.
- Pokročilá analýza témat doslova na jedno kliknutí.
- Ke každému článku si lze přímo v aplikaci psát poznámky, pracovat se sentimentem a štítky.
- Možnost sledovat šíření online článků na sociálních sítích.
- Propojení Monitory s Google Analytics, které umožňuje sledovat úspěšnost online PR aktivit.

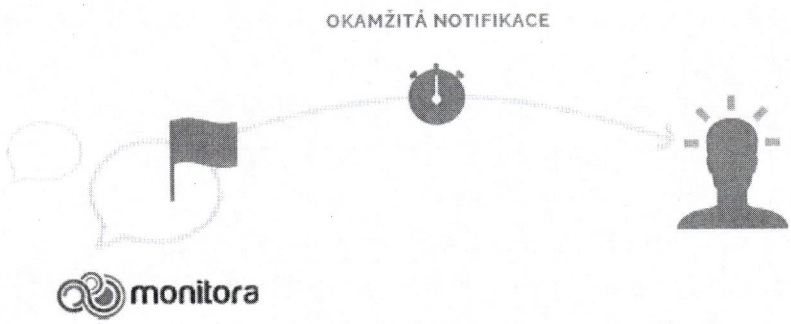
4.1 TÉMATA A KLÍČOVÁ SLOVA

Zásadní je nastavení aplikace tak, aby zobrazovala informace, které od ní očekáváte, a to o tématech, která jsou pro vás zásadní. Toto nastavení probíhá na základě vydefinování okruhu témat a k nim náležejících klíčových slov, na základě kterých dále aplikace prohledává sledované zdroje. Pokud se některé ze zadaných klíčových slov ve zdroji objeví, tato informace se zobrazí v tzv. "feedu" aplikace, jaký znáte například z Facebooku. S tímto „feedem" lze dále pracovat – zobrazené informace filtrovat dle mnoha kritérií, které aplikace umožňuje, jako je období, mediatyp či celé téma.



4.2 DENNÍ MONITORING MÉDIÍ

Pro rychlou reakci je naprosto klíčové vědět, co se děje, nejlépe jako první. Monitora je systém, který vám to umožní. Jde o nejrychlejší monitoring v ČR. Pokud vyjde v médiích informace, která je pro vás důležitá, víte o ní jako první. Podrobnosti si pak můžete snadno zobrazit v mobilu či tabletu.



Systém Monitora je výrazně lepší monitoring médií, se kterým zvládnete každý den víc. Obsahuje náhled každé stránky z tisku, takže vidíte článek v kontextu. Na online článek se dá dostat pomocí aktivního odkazu. Aplikace obsahuje nejvíce sledovaných online i tištěných titulů v ČR. Součástí je i možnost sledování dopadu článku na sociálních sítích.

4.3 DENNÍ REPORTING

V rámci plnění zakázky máte přístup k reportům na okamžité, denní či týdenní bázi.

Emailové reporty lze nastavit pro jednotlivé osoby nebo skupiny osob. Tedy je možné na některé pracovníky posílat například jen nejdůležitější informace a na jiné uživatele informace kompletní za všechna zadaná témata.

Některé události potřebujete vědět okamžitě, některé stačí jako týdenní či měsíční souhrn, nebo infografika. Systém se vám i kolegům přizpůsobí tak, aby reportoval jen správné informace ve správný čas.

Reportům jsme věnovali zvláštní péči. Upravili jsme je tak, aby tvořily ucelený zdroj informací o vaší firmě, značce či konkurenci. Reporty jsou automaticky posílány na zadaný e-mail nebo e-maily, do RSS čtečky nebo přímo do Intranetu.

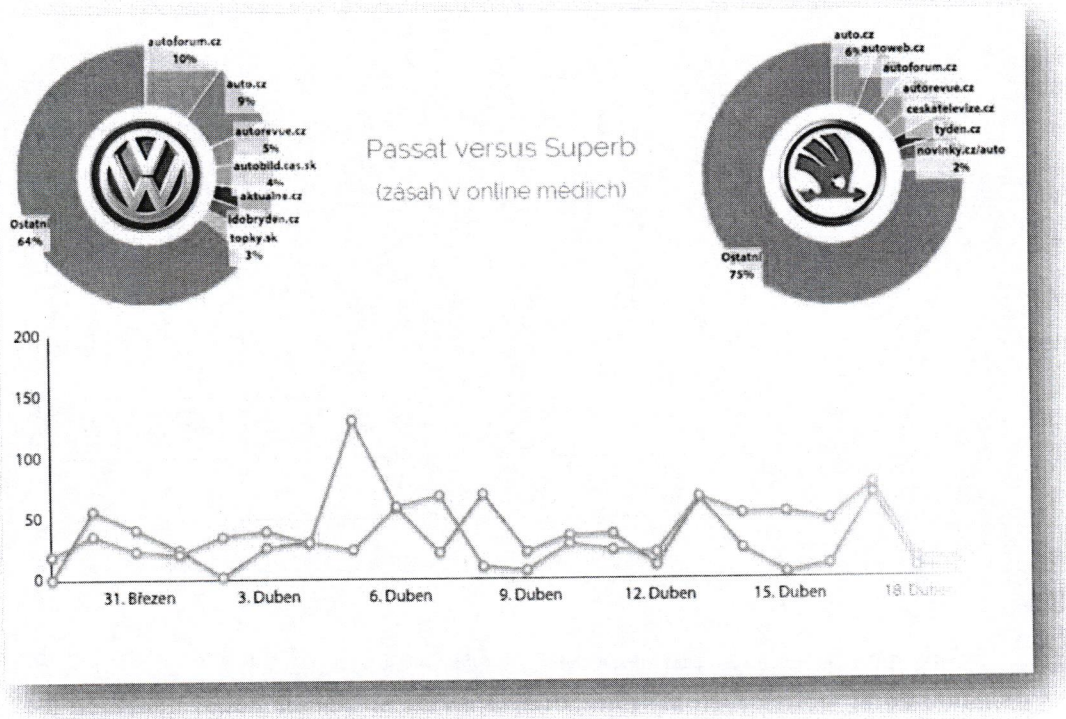
> *„Reporty, které Vás a Vaše kolegy bude bavit číst."*
> **Daniel Dočekal, Keebola**

4.4 POKROČILÁ ANALÝZA SLEDOVANÝCH TÉMAT NA JEDNO KLIKNUTÍ

Díky možnosti vstupovat přímo do systému Monitora, má každý uživatel rychlý přístup k analýze zadaných témat doslova na jedno kliknutí. Tato doplňková služba, která je již zahrnuta v ceně dodávaného řešení, se sestává hned z několika sekcí, díky kterým budete mít vždy ucelený přehled o problematice za příslušné období. V analytické části systému můžete získávat analytická data za jednotlivá témata, nebo je mezi sebou variabilně porovnávat – například téma, které se věnuje vaší značce se značkou konkurence.

4.4.1 KVANTITATIVNÍ ANALÝZA

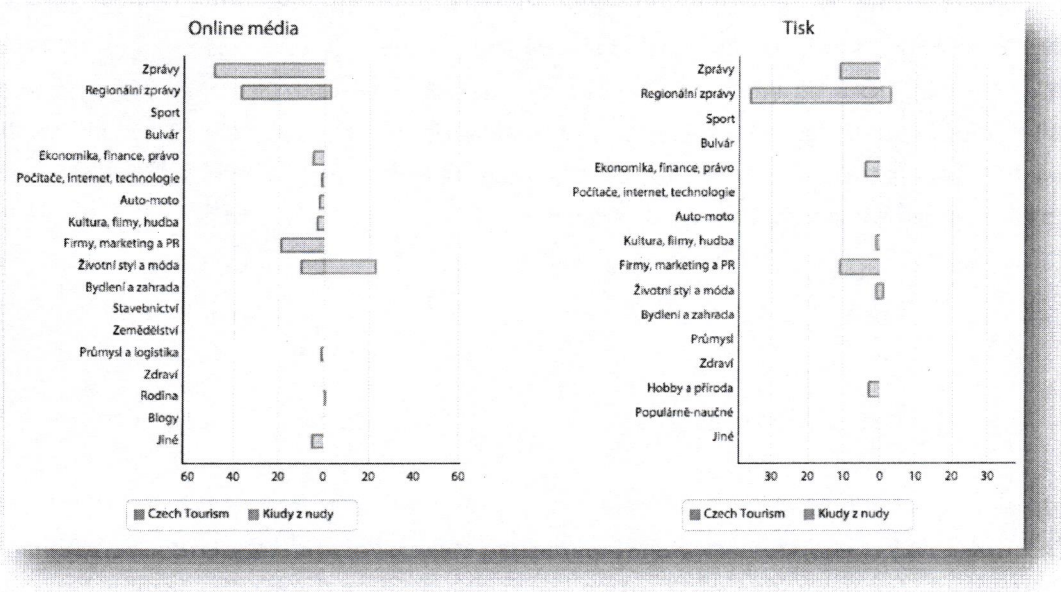
Kvantitativní metoda analýzy přináší odpovědi na otázky o kvantitě, výzkum je založen na počítání předem specifikovaných proměnných. Výstupy těchto výzkumů jsou v podobě, která je lehce zpracovatelná statistickými metodami.



4.4.2 TOP ONLINE ČLÁNKY

Systém pravidelně vyhodnocuje nejúspěšnější články za zvolené téma nebo témata a informuje vás o tom, které to byly a na jakých serverech byly publikované.

4.4.3 POČET ČLÁNKŮ DLE OBLASTI



Monitora umí též vyhodnotit a zařadit článek dle oblasti, do které spadá, a to opět na základě toho, v jakém periodiku či na jakém serveru vyšel a případně v jaké sekci.

4.4.4 WEBY A PERIODIKA, KTERÁ NEJČASTĚJI O TÉMATU PÍŠÍ

Možná vás zajímá, které weby a periodika o vás a tématech, které sledujete v rámci systému Monitora, píší. I toto je součástí analytické části, do které máte v rámci zakoupení licence přístup.

4.4.5 MEDIÁLNÍ ZÁSAH

Metrika určená k měření efektivity vašich PR kampaní a vizibility v médiích. Pokud bychom se při měření efektivity PR kampaní zaměřili pouze na počet článků, které byly o daném tématu napsány, uniká nám zásadní informace - kolik lidí si tyto články přečetlo.

Vyjde-li například jeden článek na serveru, jehož měsíční návštěvnost je 69.000.000, je to nepochybně mnohem lepší výsledek než pět článků na jiném serveru, jehož měsíční návštěvnost je 4.000. Prosté porovnání počtu článků je v tomto případě zavádějící. To, co potřebujeme změřit, je počet lidí, které kampaň oslovila. Abychom tuto informaci jednoduše vyjádřili, přiřadí aplikace Monitora každému mediálnímu zdroji hodnotu, která reflektuje jeho důležitost. Pro jednoduchost je tato hodnota v rozmezí od 0 do 10 bodů, kde 10 znamená nejvyšší možný zásah.

Této hodnotě pak říkáme **mediální zásah**.

4.5 PROPOJENÍ S GOOGLE ANALYTICS

Novinkou, kterou jsme pro uživatele aplikace Monitora připravili, je možnost propojení systému s Google Analytics, což následně umožňuje efektivně měřit vaše online PR aktivity. Dozvíte se například, kolik lidí, kteří si přečetli článek publikovaný na určitém serveru, pak následně opravdu dorazilo na váš web či jinou dopadovou stránku – například Landing Page kampaně. Zjistíte také, jak dlouho v průměru následně takový návštěvník na dopadové stránce setrval. Dále je již jednoduché změřit konverze takové návštěvy a přepočítat tyto konverze na finance vynaložené na takovou aktivitu.

5 SLEDOVANÁ MÉDIA

Abychom zajistili monitoring v maximální šíři, spolupracujeme s většinou předních vydavatelů v ČR a neustále se snažíme navazovat nová partnerství. Sledujeme přes 1500 časopisů, deníků a magazínů, včetně odborných a oborových titulů, a přes 5000 online serverů. Archiv článků sahá až do roku 2000. **Disponujeme největším počtem monitorovaných titulů v ČR a SR.** Seznam sledovaných titulů naleznete po přihlášení zde:

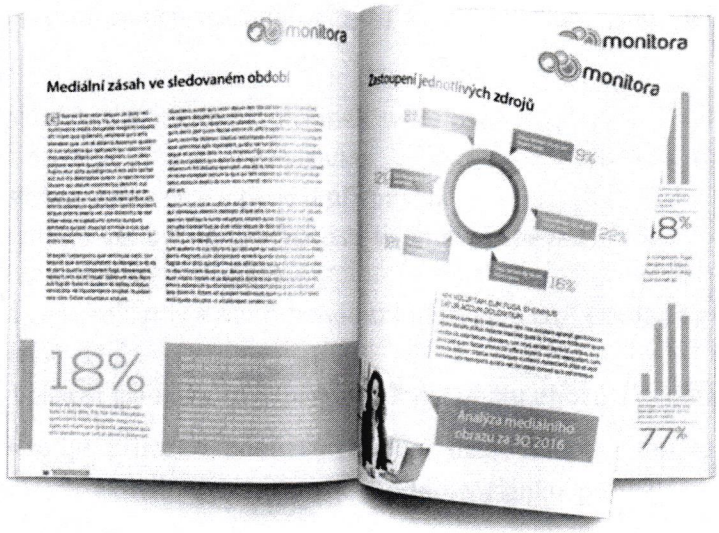
tisk: https://media.monitora.cz/info/offline-sources/

online zdroje: https://media.monitora.cz/info/online-sources/

hlavní partneři:

mafra · MLADÁ FRONTA · BAUER MEDIA GROUP · IDG · EMPRESA MEDIA · CNC · e.conomia

6 MEDIÁLNÍ ANALÝZY



Mediální analýza je strukturovaným a přehledným rozborem toho, jaký obraz vytvářejí média o sledovaném subjektu či problematice ve stanoveném časovém úseku. **Tyto analýzy nejsou standardní dodávkou systému. Jde o nadstavbu klasického monitoringu médií a rozebírá z různých hledisek chování médií vůči předmětu analýzy.** Mapuje obsahovou, tematickou a časovou strukturu mediální prezentace určitého subjektu během stanoveného období na zvoleném vzorku médií. Subjektem analýzy může být ekonomický subjekt, nějaká událost, osoba či místo. Mediální analýzy jsou vytvářeny dle individuálních požadavků, lze vybírat z desítek posuzovaných kritérií, jež odpovídají standardní mezinárodní metodice. Mediální analýzy odhalí hlubší souvislosti, upozorní na vývojové trendy, potvrdí či vyvrátí hypotézy, poskytují informace kvantitativního i kvalitativního charakteru, usnadní strategické rozhodování.

6.1 POUŽÍVANÉ METRIKY

6.1.1 MEDIÁLNÍ DOPAD

Parametr mediální dopad má za cíl lépe než absolutní počty příspěvků prezentovat skutečný mediální obraz sledovaného subjektu tak, jak se dostává k nejširší skupině posluchačů, diváků a čtenářů médií. Mediální dopad vyjadřuje míru zásahu příspěvku mezi čtenáři, posluchači či diváky a vychází z „průměrného" oslovení procentuálního podílu populace starší 15 let, kterou v ČR tvoří 9 milionu obyvatel. Tento parametr vychází především z čtenosti a sledovanosti jednotlivých médií, zároveň u tisku zohledňuje umístění článku v rámci titulu. Mediální dopad se vyjadřuje v procentech a v tzv. Gross rating points (GRP), přičemž jeden GRP odpovídá skupině 90 000 čtenářů, posluchačů či diváků, kteří se mohli s publikovaným příspěvkem seznámit. Čtenář, který mohl přečíst více než jeden příspěvek, je přitom započten vícekrát.

6.1.2 AVE (ADVERTISING VALUE EQUIVALENT)

Metodika výpočtu finančního zhodnocení mediálních aktivit vychází z kalkulace tzv. AVE (Advertising Value Equivalent) koeficientů. Pro každé médium jsou sledovány jednotlivé proměnné:

- pozice článku (strana, na které je článek zveřejněn)
- přítomnost obrázku či grafu v příspěvku
- umístění klíčové informace v titulku příspěvku
- rozsah informace věnované společnosti v rámci příspěvku
- hodnocení společnosti v příspěvku
- jednotková cena reklamy v daném médiu (např. na 1 cm^2 článku, 1s odvysílané zprávy v TV či rádiu)
- orientační velikost článku v cm^2 (přepočítáno z počtu úhozů v daném článku)

Každému parametru je přiřazen koeficient, který dále vstupuje do výpočtu finančního zhodnocení mediálních aktivit. Výsledkem je hodnota článku převedená na cenu inzertní plochy.

6.1.3 OTS (OPPORTUNITY TO SEE)

OTS udává, kolikrát měl příslušník cílové skupiny kampaně průměrně možnost zhlédnout reklamní sdělení – během kampaně nebo určitého období.

Důležitá jsou slova „měl možnost". OTS tedy vypovídá o teoretické možnosti reklamu vidět. Neříká nám nic o tom, zda divák reklamu zaznamenal – byl jen vystaven zásahu. Kolikrát, to nám říká právě OTS.

Vypočítá se jako podíl *TRP* a *Net Reach* v konkrétní cílové skupině.

OTS = TRPs/Net Reach

TRP = veličina, která se používá pro popis zásahu kampaně v konkrétní cílové skupině – ta je obvykle pro každou kampaň jiná. Vzniká jako součet sledovaností, tj. ratingů jednotlivých inzerátů v kampani, na konkrétní cílovou skupinu.

Net Reach = Procento cílové skupiny zasáhnuté během kampaně alespoň jednou.

7 CENOVÁ NABÍDKA

Níže uvedená cena je bez DPH a je stanovena jako pevná za plnění zakázky v celém jejím rozsahu. Jedná se o částku měsíční za dodanou službu.

Položka	Součástí nabídky ANO/NE	Cena bez DPH
Denní / real time monitoring médií s mediálním archivem Limit na počet nalezených článků měsíčně v monitoringu: 500	ANO	6 000 Kč
Monitoring CZ médií – online, tisk, rádio, TV	ANO	v ceně
Monitoring SK médií – online, tisk, rádio, TV	NE	-
Monitoring ČTK / TASR na klíčové slovo:	NE	-
Ruční třídění denního monitoringu analytikem	NE	-
Kompletní mediální archiv nad rámec monitoringu pro ad hoc hledání libovolných témat a klíčových slov	ANO	v ceně
Modul Analytika nad monitoringem a nad kompletním archivem	ANO	v ceně
Modul Témata pro ad hoc úpravy klíčových slov na denní / real time monitoring	ANO	v ceně
Modul Návštěvnost (měření přínosu PR článků)	ANO	v ceně
Strojový sentiment	ANO	v ceně
Strojové počítání hodnot AVE	NE	-
Emailové reporty pro neomezený počet adres, exporty článků	ANO	v ceně
Textové přepisy denního monitoringu	ANO	v ceně
Celkem		**6 000 Kč**

Cenová nabídka na případné rozšíření služeb monitoringu médií. Níže uvedená cena je bez DPH a je stanovena jako pevná za plnění zakázky v celém jejím rozsahu.

Položky případného rozšíření služeb monitoringu médií	Cena bez DPH
Ruční mediální analýza (měsíční / kvartální / půlroční / roční)	Individuální dle zadání a rozsahu