



Číslo objednávky uveďte laskavě
na dodacím listu a faktuře

Telefon

Vyřizuje

IČO: 660 02 222

Bankovní spojení:

ČNB Praha 1

Účet č.: [redacted]

RP:

3661/5169/56/28 – zdroje EU

3661/5169/55/28 – SR ČR

Operativní

8. 8. 2019

Zaokrouhľujte na celé Kč.

Dodavatel: **REMMARK, a. s.**
Křemencova 178
110 00 Praha 1
IČO: 25652869
DIČ: CZ25652869

Objednáváme:

Na základě Vámi zasláné Nabídky č. 5 objednáme u Vás propagaci Dnů otevřených dveří 2. část. Jedná se o bannery s regionálním zaměřením, propagací události včetně postů na sociální síti a PR články v souladu s přílohou číslo 1.

Cena zakázky: 139 000,- Kč bez DPH, 168 190 Kč s DPH

Na faktuře prosím uvádějte: „Hrazeno z ůPTP 2014-2020, projektu „Informační kampaně o ESI fondech II“ reg. č. CZ.08.1.125/0.0/0.0/15_001/0000157.

Příloha č. 1 - Koncepce online aktivit MMR / srpen – září 2019

V Praze dne 6. 8. 2019

Datum: 2019.08.06 14:09:39 +02'00'

ředitel Odboru publicity EU

Dodavatel svým níže podpisem potvrzuje přijetí objednávky a prohlašuje, že je objednávkou vázán.

Datum: 2019.08.07
05:45:45 +02'00'

Poznámka k fakturaci:

Fakturu zasílejte na Oddělení publicity EU, MMR ČR, Staroměstské náměstí 6, 110 15 Praha 1. Doba splatnosti činí 30 dní.

Dodavatel bere na vědomí, že je na základě této objednávky povinen v souladu se zákonem č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole, ve znění pozdějších předpisů, poskytnout požadované informace a dokumentaci zaměstnancům nebo zmocněncům pověřených orgánů (ZS, ůO OPTP, MMR, Ministerstvo financí, Evropské komise, Evropského účetního dvora, Nejvyššího kontrolního úřadu, příslušného finančního úřadu a dalších oprávněných orgánů státní správy) a vytvořit výše uvedeným orgánům podmínky k provedení kontroly vztahující se k předmětu objednávky a poskytnout jim součinnost.



Opavice

Návrh online aktivit MMR na srpen-září 2019

Obsah kampaně

- Propagace Dnů otevřených dveří (2. část)

Návrh kampaně pro propagaci dnů otevřených dveří kombinuje zdroje, kde lidé hledají tipy pro výlety s cílením na blízké okolí. Navržený objem je orientační a bude průběžně upravován na základě stavu „organické“ propagace jednotlivých akcí.

Dny otevřených dveří – 2.část

Sociální sítě:

Cílová skupina: 18+

Zájmy: turismus, děti, volnočasové aktivity

Koncepce: Veškeré investice půjdou do promování jednotlivých facebookových událostí a příspěvků na DoD. Rozložení investic vychází z procentuálního rozložení potenciálního dosahu příspěvků jednotlivých míst konání (+50 km). Právě místa konání včetně blízkého okolí mají nejvyšší potenciál vygenerovat účastníky DoD.

Město (+50km)	Potencionální dosah	Procentuální zastoupení	Rozložení investic	Zobrazení
Písek	250 000	6%	6 000 Kč	1 070 000 impresí
Olomouc	450 000	11%	8 500 Kč	
Zlín	480 000	12%	8 500 Kč	
Malý Rohozec	360 000	9%	6 500 Kč	
Slaný	1 500 000	38%	28 500 Kč	
Hradec Králové	440 000	11%	8 000 Kč	
Hlučín	510 000	13%	8 900 Kč	
Celkem	3 990 000	100%	74 900 Kč	



Oprava Pa

Bannery na zpravodajských serverech (idnes.cz, příp. aktualne.cz nebo blesk.cz s cílením na vybrané kraje)

Cílová skupina: obyvatelé spádových oblastí

Koncepce: Využití stránek s případně lokálním obsahem. Krátké kampaně v době, kdy jsou lidé zvyklí plánovat program na víkend.

Propagovaná akce	Město	Cílené krajské stránky	Zobrazení
DoD v Zemském hřebčinci	Písek	Jihočeský kraj	700 000 impresí
DoD s vědou a poznáním	Olomouc	Olomoucký kraj	
Den otevřených dveří světa filmu	Zlín	Zlínský kraj	
DoD v pivovaru	Malý Rohozec	Liberecký kraj	
DoD v továrně na musli tyčinky	Slaný	Středočeský kraj	
DoD - VZU	Hradec Králové	Královehradecký kraj	
DOD - v dětském ranči	Hlučín	Moravskoslezský kraj	
Celkem			21 000 Kč

Cíl propagace: zvýšit návštěvnost akce a znalost podpořených projektů (alespoň 500 návštěvníků)

Cíle pro měření úspěšnosti kampaně:

- Návštěvnost konkrétní stránky dne otevřených dveří
 - o Dílčí cíl: čas strávený na stránce
- Registrace na akci (nebude u všech dnů otevřených dveří)

Komerční články

Cílová skupina: lidé hledají tipy pro výlety

Koncepce: Komerční články budou umístěny na zpravodajských portálech idnes.cz a případně aktualne.cz.

V případě 2 odlišných článků navrhujeme umístění obou na idnes.cz, který oslovuje vyšší počet reálných uživatelů a nabízí podrobnější zpravodajství na úrovni krajů. V případě jednoho článku bychom pak kombinovali idnes a aktualne pro dosažení vyššího zásahu.

Komerční článek	Komerční sdělení na zpravodajských webech idnes.cz a lidovky.cz a propagace každého článku v rozsahu 250 000 impresí	2 články	článek	44 000 Kč
-----------------	--	----------	--------	-----------

