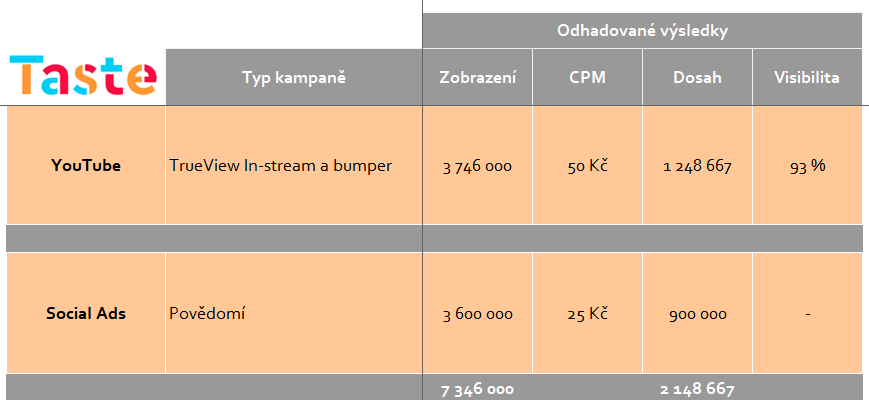
**Povědomí**

**Social Ads** (Facebook, Instagram)

* + **KPI:** Dosah, cena za 1000 oslovených uživatelů, frekvence.
  + **Cílení:**
    - Zájmy - Klasická hudba, Současná klasická hudba, Komorní hudba, Orchestr, Symfonie nebo Opera.
    - Lookalike publika - uživatelé podobní návštěvníkům webu.
  + **Reklamní formáty:** Single img, stories a videa.
  + **Sdělení:** Informování o výročí založení České filharmonie. Zapojení copywritera. Text si společně schválíme.

**YouTube**

* + **KPI:** Dosah, cena za 1000 oslovených uživatelů, frekvence.
  + **Cílení:**
    - Zájmy - milovníci umění a divadla, milovníci hudby, milovníci klasické hudby, vstupenky na jevištní umění.
    - Vlastní zájem - kombinace webů a klíčových slov.
    - SOCDEMO - věk a pohlaví.
  + **Reklamní formáty:** bumper (6s) a in-stream (30s).
  + **Sdělení:** informování o výročí založení České filharmonie.



**Rozpočet**

* **Rozpočet kampaně** (také viz přiložený Media plán):
  + Nastavení kampaní – 15 000 Kč
  + Správa kampaní – 80 600 Kč
  + Kredit – 277 300 Kč
* **Ostatní náklady:**
  + Projektový management - 15 600 Kč
  + Copywriting - 6 500 Kč
* **Celkem:** 395 000 Kč (bez DPH)