

Nákup reklamního prostoru pro období dle níže uvedeného media plánu v období 1.3.-31.3.2021**Uchazeč je oprávněn zasahovat pouze do žlutě označených polí (vyplnit či aktualizovat údaje dle níže uvedených pokynů)**

Médium	Umístění inzerce a formát inzerce	Jednotka	Počet	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH	Nabídková cena v Kč bez DPH
MEDIACLUB / Prima Group Exclusive	20s reklamní spoty v objemu 360GRPs v nákupní cílové skupině 15-69 (60% PT); minimální afinita cílové skupiny Ž 25-45: 0,85	GRPs	360	7 100,00	2 556 000,00
ÓČKO ONLINE + TV	Produkt: TV POST#VidimSeNaOcku; 1 týden obsahuje: 11 10vteřinových vzkazů + soutěž na FB a TV + 3x výhra v minimální hodnotě á 800Kč (zajistí dodavatel)	Týden	3	193 000,00	579 000,00
MEDIACLUB / Radio United TOTAL: 14 stanic	15.-18.3.2021: 20s reklamní spoty s nasazením po-čt vždy v čase: 06-09: 3x + 09-12: 1x tzn. 4 spoty za 1 den	Spot	16	10 528,00	168 448,00
MEDIACLUB / Radio United TOTAL: 14 stanic	22.-25.3.2021: 20s reklamní spoty s nasazením po-čt vždy v čase: 06-09: 3x + 09-12: 1x tzn. 4 spoty za 1 den	Spot	16	10 528,00	168 448,00
MEDIACLUB / Radio United TOTAL: 14 stanic	29.-31.3.2021: 20s reklamní spoty s nasazením po-st vždy v čase: 06-09: 3x + 09-12: 1x tzn. 4 spoty za 1 den	Spot	12	10 528,00	126 336,00
Produkce rozhlas	Dodání 3 radiových spotů do vysílání; OZP dodá vyrobené spoty v elektronické podobě	Produkce	1	2 000,00	2 000,00
Produkce TV	Dodání 6-8 spotů OZP do vysílání a produkce podkladů pro odvysílání veškerého požadovaného plnění	Produkce	1	41 920,00	41 920,00
Celková nabídková cena v Kč bez DPH					3 642 152,00

Poznámky

Timing kampaně: 1.3 - 31.3. 2021

OZP si vyhrazuje právo část poplácované inzerce neobjednat

OZP požaduje předložení finálního media plánu ke schválení před realizací kampaně

Prioritní dny pro plánování TV reklamy: pondělí až středa; umístění minimálně 50% GRPs; 15.-31.3.2020 umístění 60% GRPs

Cílem kampaně je zvýšit návštěvnost landingpage www.chcidoozp.cz

OZP dodá TV spoty a radio spoty v elektronické podobě

Požadované podklady potvrzující dodané plnění - bude přiloženo jako součást fakturace

TV - spoty a sponzorské vzkazy a sponzorské vzkazy u reportáží: postbuy (GRPs, TRPs, afinita, zásah); spotlist z oficiálních dat (Admosphere)

TV - ostatní pořady, rozhovory: záznam; sledovanost (pořadu nebo času dle oficiálních dat Admosphere)

Radio - výpis spotů potvrzený dodavatelem; výjezd z oficiálních dat (např. AdMosphere - Ad Intel data)

Odhadované parametry kampaně - informativní část k vyplnění:

64,9%	Net reach CS Žena 25-45
64,7%	Net reach CS Matky s dětmi
71,6%	Net reach CS 18+
887,9	Projekce CS Žena 25-45
637,6	Projekce CS Matky s dětmi
5 878,2	Projekce CS 18+

Cílové skupiny pro mediální komunikaci: primární - žena 25-45 v rolích nastávající matky nebo matky malých dětí nebo matky v rodině; sekundární - OSVČ; chronicky nemocní 55+; 40-60 ovládající internet či mobilní aplikace