Přílohy č. 1 Dílčí Smlouvy – Specifikace kampaní – soupis požadovaného plnění

1. **TV kampaň v termínu od 7. 3. 2022 do 31. 3. 2022**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TV stanice zahrnuté v kampani** | **Stopáž spotu** | **Požadovaný Net Reach celé TV kampaně** | **Součásti TV kampaně** (požadovaný servis poskytnutý dodavatelem v rámci celkové ceny) |
| **skupina Nova, skupina Prima**  **Channel mix dle návrhu účastníka, avšak s dodržením parametrů (Net**  **Reach)** | 30 sekund  (spot dodá zadavatel) | **NR1+** 65 % v cílové skupině dospělí 25-55 let  (tzn. 65 % dotyčné cílové skupiny vidělo z celé kampaně alespoň jeden TV spot)  **NR3+** 40 % v cílové skupině dospělí 25-55 let  (tzn. 40 % dotyčné cílové skupiny vidělo z celé kampaně alespoň tři TV spoty) | detailní plán kampaně, komunikace s TV skupinami, předání podkladů do vysílání, sledování průběhu kampaně, post analýza kampaně |

1. **Rozhlasová kampaň v termínu od 18. 2. 2022 do 31. 3. 2022**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Období pro spotovou část kampaně: |  | 18. – 20.2. | 21. – 27. 2. | 28.2. – 6.3. | 7. – 13. 3. | 14. -– 20.3. | 21. – 27. 3 | 28. – 31.3. |  |
| Období pro ostatní programové prvky: |  |  | 21. – 27. 2. | 28.2. – 6.3. | 7. – 13. 3. | 14. -– 20.3. | 21. – 27. 3 | 28. – 31.3. |  |
| **produkty/objem vysílání** | **délka/počet spotů** | **1. týden** | **2. týden** | **3. týden** | **4. týden** | **5. týden** | **6. týden** | **7. týden** | **Celkem spotů** |
| 40 sec. spot síť rádia Blaník,  vždy v čase od 6:00 do 20:00 | 40 sec. | 15 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 20 | 210 |
| 40 sec. spot síť Hitrádií, vždy v čase od 6:00 do 20:00 | 40 sec. | 15 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 20 | 210 |
| sponzoring dopravy na Hitrádiích, vždy v čase od 6:00 do 20:00 | 10 sec. |  |  | 25 |  | 25 |  | 25 | 75 |
| Dobrá ráda nad Zlato na rádiu Blaník |  |  | rozhovor/rubrika 1x max 90sec on air, 1x max 90 sec online stream, 1x max 10 min. podcast, 1x FB Blaník |  | rozhovor/rubrika 1x max 90sec on air, 1x max 90 sec online stream, 1x max 10 min. podcast, 1x FB Blaník |  | rozhovor/rubrika 1x max 90sec on air, 1x max 90 sec online stream, 1x max 10 min. podcast, 1x FB Blaník |  |  |
| Inspirace na Femina.cz s Hitrádiem |  |  |  |  | 2xmoderovaný vstup 30sec-60sec on air, moderovaný vstup 30sec-60sec online stream, článek na tematickém webu s red. obsahem dle podkladů (text, soutěž, grafika, video aj)., 1x FB post na Hitrádiu, 1x FB post lifestyle webu | 2xmoderovaný vstup 30sec-60sec on air, moderovaný vstup 30sec-60sec online stream, článek na tematickém webu s red. obsahem dle podkladů (text, soutěž, grafika, video aj)., 1x FB post na Hitrádiu, 1x FB post lifestyle webu |  | 2xmoderovaný vstup 30sec-60sec on air, moderovaný vstup 30sec-60sec online stream, článek na tematickém webu s red. obsahem dle podkladů (text, soutěž, grafika, video aj)., 1x FB post na Hitrádiu, 1x FB post lifestyle webu |  |
| Soutěž ve snídani šampiónů |  |  |  |  |  |  | 5x moderovaný vstup (1xdenně po-pá), vstup 60sec on air, moderovaný vstup 60sec online stream, FB promo daného Hitrádia,15x promo audio spot 20sec on air, 15x promo audio spot 20sec online stream |  |  |

**Rozložení rozhlasových spotů v rámci prime time**

Spoty a sponzorské vzkazy musí být rozloženy v rámci celého prime time podle následujícího vzoru (vzorové 7denní období spotové části kampaně):

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **09.03.22** | | **10.03.22** | | **11.03.22** | | **12.03.22** | | **13.03.22** | | **14.03.22** | | **15.03.22** | | 0 |
| hodiny |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  | |  |
| **05-06** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 |
| **06-09** | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | 7 |
| **09-12** | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | 7 |
| **12-15** | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | 7 |
| **15-18** | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | 7 |
| **18-20** | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | **1** |  | 7 |
| **20-22** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 |
| **22-05** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 |
| **---** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 |
|  | **5** | *0* | **5** | *0* | **5** | *0* | **5** | *0* | **5** | *0* | **5** | *0* | **5** | *0* | **35** |

**3. OOH kampaň – 1 měsíc (od 1. do 31. 3. 2022)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Medium** | **počet ploch** | **Formát** |
| **CLV (7 krajských měst),** vč. tisku a instalace plakátů | 200  (z toho Praha 50, Brno 50, Hradec Králové 20, Ústí nad Labem 20, Olomouc 20, České Budějovice 20, Plzeň 20) | 118 x 175 cm |
| **Reklamní plochy** - **rámečky v pražském metru podél eskalátorů, trasy metra A, B, C**, vč. tisku a instalace plakátů | 200 | Formát B1, rozměry 70 x 100 cm a 56 x 80 cm |