

Nákup reklamního prostoru pro období dle níže uvedeného media plánu v období 1. 9.- 30. 9. 2022

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	25s reklamní spoty v objemu 320GRPs v nákupní cílové skupině 15-69 (60 % PT); minimální afinita cílové skupiny Ž 25-45: 0,85	GRPs	320	8 171,00	2 614 720,00
MEDIACLUB / dětské TV	25s reklamní spoty v objemu 20GRPs v nákupní cílové skupině 4-14 (Primáček 2,5 % Cool 29,5 % Paramount N. 18,5 % Nickelodeon 37,5 % ATKIDS 12 %)	GRPs	20	5 413,00	108 260,00
MEDIACLUB / Radio United TOTAL: 14 stanic	12. - 16. 9. 2022: 20s reklamní spoty s nasazením po-čt vždy v čase: 06-09: 2x + 09-12: 1x + 12-15: 2x tzn. 5 spotů za 1 den	Spot	20	10 700,80	214 016,00
MEDIACLUB / Radio United TOTAL: 14 stanic	19. - 23. 9. 2022: 20s reklamní spoty s nasazením po-čt vždy v čase: 06-09: 2x + 09-12: 2x + 12-15: 1x tzn. 5 spotů za 1 den	Spot	20	11 196,80	223 936,00
MEDIACLUB / Radio United TOTAL: 14 stanic	26. - 30.9.2022: 20s reklamní spoty s nasazením po-čt vždy v čase: 06-09: 2x + 09-12: 2x + 12-15: 1x tzn. 5 spotů za 1 den	Spot	20	11 196,80	223 936,00
Produkce	Dodání až 7 spotů OZP do TV vysílání + 3 spoty do radio vysílání tzn. včetně produkce podkladů pro odvysílání veškerého požadovaného plnění	Produkce	1	5 000,00	5 000,00
Celková nabídková cena v Kč bez DPH					3 389 868,00

Poznámky

Timing kampaně: 1. 9 - 30. 9. 2022

OZP si vyhrazuje právo část poptávané inzerce neobjednat

OZP požaduje předložení finálního media plánu ke schválení před realizací kampaně

Prioritní dny pro plánování TV reklamy: pondělí až středa; umístění minimálně 40% GRPs; rovnoměrné rozložení po jednotlivých týdnech s akcentací v posledním týdnu tzn. poslední týden kampaně + 10 - 20 %

Cílem kampaně je zvýšit návštěvnost landingpage www.chcidoozp.cz

OZP dodá podklady 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:

59,8%	Net reach CS Žena 25-45
62,7%	Net reach CS Matky s dětmi
65,7%	Net reach CS 18+
812	Projekce CS Žena 25-45
614	Projekce CS Matky s dětmi
5 427	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