



KOMUNIKAČNÍ
PROJEKT:

NAŠE REKLAMA NA DRAKA



NABÍDKA

„Marketingová a komunikační kampaň pro rodiny s dětmi“

Zadavatel kampaně:

Revírní bratrská pokladna, zdravotní pojišťovna

Michálkovická 967/108

710 00, Ostrava - Slezská Ostrava

Zpracovatel kampaně:

komunikační a marketingová společnost **PULARY s.r.o.**

Michálkovická 159, Ostrava, 710 00

www.pulary.cz, info@pulary.cz

596 244 245



NAŠE REKLAMA NA DRAKA

Záměrem této marketingové a komunikační kampaně je v době, která je zahlcena informacemi, přinést lidem kreativní a strategicky provázané zprávy, které mají za cíl iniciovat reakci CS (cílové skupiny) od začátku až do závěru kampaně.

Samotný text kampaně „**REKLAMA NA DRAKA**“ asociuje humor a nadsázku. Vychází z faktu, že v češtině znamená slovní spojení „něco je na draka“, že to není dobré. Slovní spojení „**NAŠE REKLAMA NA DRAKA**“ tudíž v tomto kontextu působí vtipně a zaujme.



Stanovení strategie kampaně

Sdělení komunikační kampaně

- Snaha postavit komunikaci RBP do nové roviny vnímání
 - sociálně – tendenčně - výchovně
- Sdělit cílové skupině (potenciálním a stávajícím klientům), že na společně stráveném čase s rodinou opravdu záleží
- Myšlenka sdělena pomocí kampaně s názvem:
„Naše reklama na draka” + fotosoutěže „Vyfoť svého draka a vyhraj”

Cílová skupina (CS)

- Lidé s dětmi ve středním a mladším věku (cca 23 - 60 let) – zpravidla si více uvědomují hodnotu společně strávených volných chvil s dětmi.



Stanovení strategie kampaně

Definování cílů

- **A)** Podpora budování brandu RBP jako společensky odpovědné a starostlivé instituce, která klade důraz na rodinu a společně strávený čas s dětmi.

Potenciální klient si při předání konstrukce draka uvědomuje: drak - dárek, společně strávené chvíle s dětmi (evokují příjemné prožitky radosti a harmonie), v podvědomí klienta vzniká kladný náhled na RBP - ↑ loajality, zájmu.



Stanovení strategie kampaně

- **B) Získání nových klientů**

Hostesky na obchodních místech mohou dále šířit informace o základních balíčcích poskytovaných RBP + programech souvisejících s rodinou a volným časem (například: formou předání letáčku).



Stanovení strategie kampaně

Intenzita komunikační kampaně + časový horizont

- **Promo v OC jednotlivých městech:** 15. srpen - 30. září 2016
- **Fotosoutěž** - uzávěrka do 30. 10. 2016
- vyhodnocení do 15. 11. 2016

Zadavatelem bude stanovena hodnotící komise.

Využití strategie koncentrace (menší počet eventů, ale intenzivněji zaměřeno na emoce a zážitek).



Stanovení strategie kampaně

TYOLOGIE Roadshow

- zábavně orientovaná (emocionální náboj – drak + fotosoutěž)
- informativní (šíření informací o programech RBP)
- veřejná (pro externí CS: rodiny s dětmi 25 - 40let)
- brandová (drak přispívá k posílení brandu RBP)
- akce pod střechou (OC jednotlivých měst)



Stanovení strategie kampaně

Vlastní scénář roadshow

- **kde:** vybraná OC dle následné specifikace zadavatele
- **kdy:** vybrané dny (14:00 - 18:00)
- **lokace stánku:** u dětských koutků, lokace dle obchodních center
- **počet hostesek:** 2 hostesky /obchodní místo
- **název fotosoutěže:** „Vyfoť svého draka a vyhrať“ – Hostesky rozdávají draka dětem, informují o fotosoutěži rodiče + rozdávají informační letáčky o soutěži a informují o možnosti změny zdravotní pojišťovny.

Vzhled draka





Návrh možných OC - RBP

Termín: 15.8. – 30.9.

Hodonín - NC Cukrovar

Kroměříž - OC InterCora

Vsetín - Nákupní centrum Kaufland

Frýdek Místek - OC Frýda

Havířov - OC Elan

Karviná - OC Karviná

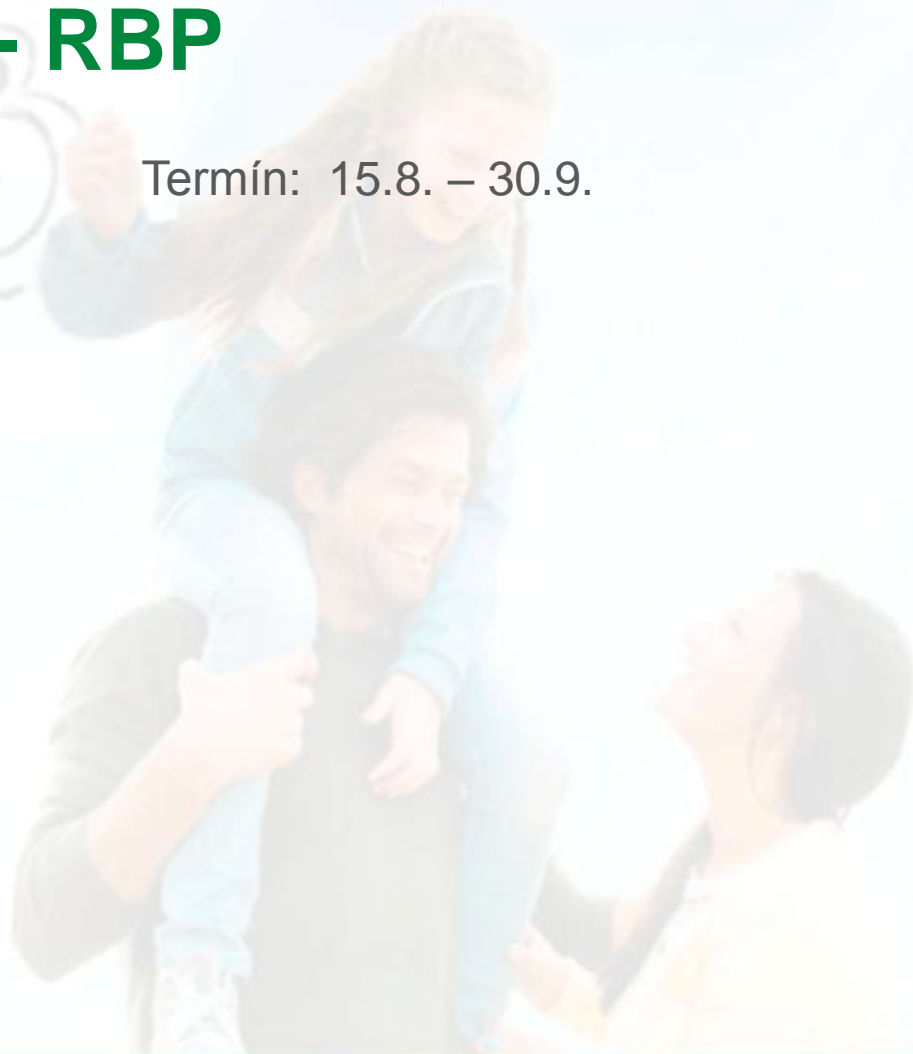
Nový Jičín – OC Tabačka

Opava - OC Breda & Weinstein

Ostrava - Shopping Park

Ostrava - OC Forum Nová Karolina

Třinec – Retail Park





Další možnosti distribuce draka „Vyfoť svého draka a vyhraj“

- Další obchodní centra
- Náměstí, nádraží, lokality s vysokým výskytem lidí
- Základní školy, mateřské školky, pečovatelské domy, sociální ústavy

Další lokality by mohly být využity v případě dodatečné distribuce draků.



Karta účastníka soutěže

MAJITEL DRAKA



REVĪRNĚ BRATRŠKĀ POKLADNA
ZDRAVOTNĚ POJIŠŤOVNA

jméno

příjmení

@

e-mail

mobil

Lorem ipsum dolor sit amet. Rebum et eum facilisis. Nihil accusam et consetetur et diam in. Volutpat in lorem dui
lorem tation. No diam consetetur eos. Nulla autem labore. Stet consequat assum accusam at aliquyam. Duo
veniam et qui vero et. Invidunt mazim ullamcorper ut eimodi sit. Kasd accusam nisi consequat. Aliquam
vulputate eum tempor lobortis sit. Ipsum elit sed vero nonumy magna diam et. Feugiat cilia sit

Kartička by měla sloužit v závěrečné fázi projektu k vyhodnocování projektu, určení počtu držitelů draka, získání základních informací o CS.

Hostesky požádají rodiče o vyplnění kartičky při předání draka.



Návrh informačního letáku

Vyfoť svého draka a vyhraji!

- vyfoťte se s drakem od RBP. Dvacet nejlepších fotografií bude odměněno hodnotnými cenami. Fotografie zasílejte na e-mail: **vyfot.draka@xxx.cz** do 30. 10. 2016. Výsledky soutěže a výherní fotografie budou zveřejněny na webových stránkách **www.reklamanadraka.cz** dne 15. 11. 2016.
- Více informací o pravidlech soutěže naleznete na **www.reklamanadraka.cz**



Volba komunikačních kanálů

POP A POS materiály

- Informativní letáčky o konání akce „Naše reklama na draka“ + soutěži;
- Kartičky majitel draka;
- Zajištění brandu (polep, roll up, oblečení atd.)

Medializace

- Vytipovaná média – rádio, TV

ONLINE

- Webové stránky
- Stránky na Facebooku
- PPC kampaň
- Online bannery

OSOBNÍ KONTAKT – ROAD SHOW



Výběr cen

V závislosti na věkové kategorii dětí

- předškolní věk a mladší školní věk 3 – 13 let,
- výběr cen na základě spojitosti s volným časem, rodinou, zážitkem...

Ceny budou vybírány po dohodě se zadavatelem, dle rozpočtu kampaně.



Návrh cen do fotosoutěže

- Notebook
- Tablet
- Fotoaparát
- 3D puzzle
- Stavebnice Lego
- Koloběžka
- Mini stolní fotbal
- Sada pohádkových DVD

Ceny budou určeny po dohodě se zadavatelem.



Vyhodnocení „Vyfot’ svého draka a vyhrať“

Cíl 1 – podpora budování image RBP

Cíl 2 – koncepčně oslovovat stávající i potencionální klienty RBP



Orientační rozpočet

RoadShow (nájmy, hostesky, doprava, branding a další)	235 000 Kč
Medializace (výroba spotů a pronájem vysílacího času – Rádia, TV)	180 000 Kč
ONLINE (webové stránky, facebook, PPC kampaň, online bannery, správa)	110 000 Kč
POP a POS materiály (kartičky, letáčky, polepy, a další)	70 000 Kč
Nákup a potisk reklamních draků,	175 000 Kč
Foto-soutěž, vyhodnocení a výhry do soutěže	50 000 Kč
Agenturní náklady a provize (správa komunikačního projektu, programovací a grafické práce)	55 000 Kč
CELKEM BEZ DPH	875 000 Kč
DPH 21%	183 750 Kč
CELKEM S DPH	1 058 750 Kč



Kontakty

Account manager:

Ing. Lukáš Kučera – lukaskucera@pulary.cz, 604 243 362

PULARY, s.r.o., komunikační a marketingová společnost

Člen Asociace komunikačních agentur
Člen České marketingové společnosti

Tel./fax: 596 244 245 / 596 246 028
Slezská Ostrava
www.pulary.cz

pulary[®]
GROUP

pulary[®]

GROUP

komunikační
a marketingová
společnost

communication
and marketing
company

www.pulary.cz



YOUR PARTNER FOR COMMUNICATION AND MARKETING



pulary[®]

creo
mark[®]

pulary[®]
EVENT

mic
marketingové
inovační a školicí
centrum