|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Poptávka zpracování kreativních návrhů pro DCR kampaň Březnové hory – dílčí Objednávka č.1****Smlouva 2023/S/410/0009, zveřejněna dne: 15.2.2023****Předběžná hodnota je: 511.450 Kč bez DPH*** 1. Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj České republiky

|  |  |
| --- | --- |
| Sídlo: | Štěpánská 567/15, Praha 2 – Nové Město 120 00 |
| IČ:  | 49 27 76 00 |
| DIČ: | CZ 49 27 76 00 |
| Zastoupená: | Ing. Janem Hergetem, Ph.D., ředitelem ČCCR – CzechTourism |

 |
| Firma:  | VCCP s.r.o. |
| Zapsanou v obchodním rejstříku vedeném | V Praze, oddíl C vložka 162258 |
| Sídlo:  | 14. října 642/17 Praha 5, 150 00 |
| Zastoupená:  | XXX |
| IČ:  | 29042852 |
| DIČ:  | CZ29042852 |
| Poskytovatel je plátce DPH  | ano |
| Bankovní spojení: č. účtu | 1793803106/8150 |

 |
|   | **Žadatel** (jméno, příjmení, příp. odbor, oddělení, ZZ) | XXX, reklamní oddělení |
|   | Typ objednávané věci | Kreativní návrhy  |
|   | Datum objednání | 21.2. 2023 |
|   | Datum požadovaného doručení | Únor/březen 2023 |

|  |  |
| --- | --- |
|   | **Podrobné zadání -** prosím o návrh kreativy pro předjarní DCR kampaň zaměřenou na české hory, viz podrobný brief níže. |

**Brief – DCR předjarní kampaň**

**Situace na trhu**

Cílem kampaně je prodloužit lyžovací sezónu na českých horách - lyžování na jarním slunci v březnu za stále skvělých lyžařských podmínek. Kampaň je zaměřena jen na Čechy.

Kampaní chceme oslovit ty co už si užili týdenní zimní dovolenou třeba v Alpách nebo na českých horách v lednu/únoru a chceme jim připomenout, že má cenu zajet si na prodloužený víkend na české hory. Sekundárně bychom rádi přesvědčili ty, kteří plánují jet v březnu do Alp, aby zůstali na českých horách, protože služby a sněhové podmínky díky moderním technologiím zasněžování jsou i v březnu dobré navíc za podmínek, kdy je lepší počasí, méně lidí a nižší ceny než v hlavní sezóně. Neopominutelnou výhodou je cena služeb, které jsou ve velkých horských střediscích na skvělé úrovni. To vše dostupné do dvou hodin jízdy autem.

Produkt českých hor také zapadá do současného tématu tradic (tradiční zimní dovolená - lyže, běžky, dobré jídlo) x moderní pojetí hor (ski touring, wellness/relax).

Únorem a jarními prázdninami zima na českých horách nekončí.

**Produkt**

České hory – dostatečně kvalitní služby, moderní zasněžovací technologie, blízko, autentické, citový vztah.

Možnost lyžování na jaře (moderní technické vybavení), disponují dostatečnou nabídkou a šíří aktivit i pro turisty, kteří nejsou aktivními lyžaři a v kombinaci s dalšími službami jsou ideálním místem pro trávení dovolené (kvalitní služby - wellnesss, restaurace, horské chalupy, infrastruktura).

**Cílová skupina**

Lidé z velkých měst, kteří si můžou dovolit prodloužený víkend na horách i když už na horách byli.

Mladí, starší páry i rodiny s dětmi.

Především lyžaři.

**Insight**

Je skvělé vypadnout na prodloužený víkend z města a dopřát si relax s lyžováním na českých horách.

Když se to podaří, tak je na českých horách na jaře skvěle.

**Co chceme sdělit**

Vyrazte v březnu na vzduch na české hory.

**RTB**

České hory mají spoustu výhod – pěkné počasí v březnu, stále dobré sněhové podmínky na sjezdovkách, blízkost, cena, pohodlí, možnost doplňkových zimních aktivit včetně běžek.

**Média**

Online.

Timing: intenzivní kampaň na cca 4 týdny do 26.3.

Budget na média 2.000.000 Kč bez DPH

**Mandatory**

Odkaz na Kudy z nudy, logo Kudy z nudy.

Doporučení na stažení aplikace Kudy z nudy.

Ideálně ukázat klišé všech zimních středisek - manšestrovou sjezdovku s modrou oblohou.

Kampaň není v rámci konceptu tradic, nemusí tedy vycházet z tradic a nemusí odpovídat konceptu tradic, který se používá pro zahraniční kampaně.

Pokud to půjde tak využít na LP XXX. Na LP informace o typických horských chatách – podle aktivit (lyžování, běžky, procházky).

**Co má zákazník udělat**

Podívat se na sněhové zpravodajství na KzN.

Stáhnout si aplikaci KzN a naplánovat si aktivity na víkend.

**Požadované výstupy od agentury**

Online

- bannery - standardní formáty (bannery šířkové, výškové, čtverce, mohou to být i carousely),

- branding na největších serverech (seznam, idnes, novinky, …),

- videa pro youtube a pro soc sítě (pro videa lze využít také záběrů z Jeseníků).

Videa jsou pod heslem Zima 22-23 v imagebance.

Pro sociální média prosíme o návrhy/nápady „aktivační kampaně na SOME“. V rámci naší správy sociálních a spolupráce s novináři bychom chtěli podpořit etablování názvu Březnové hory – prostřednictvím engadgementu na SOME. Tuto mikrokampaň si budeme řídit sami a podklady si můžeme vyrobit s naším DTP. Co potřebujeme jsou nápady na diskuse pro SOME na účtu Kudyznudy.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

22.2.2023

Schváleno za CzechTourism Schváleno za VCCP s.r.o.