

PŘIBLÍŽENÍ NOVÉ PARKOVACÍ KONCEPCE V JIHLAVĚ

PRINCIP PRODUKTU

Chceme přiblížit novou jihlavskou koncepci parkování posluchačům pomocí série speciálních komunikací tak, aby ji pochopili, měli možnost se případně zeptat na nejasnosti či upozornit na vzniklé problémy. Zároveň bude budována pozitivní image jak koncepce, tak celého uvažování nad změnami v dopravě. Navrhujeme využít ke komunikaci programové prvky navržené při naší společné schůzce u pana primátora. Zároveň přicházíme s návrhem komunikaci rozdělit do několika fází. Počítáme i se spotovou kampaní, která by měla na informační sdělení v programu navázat a častou rotací připomínat připravovanou změnu.

Cílem komunikační ofenzivy je vyvolat zájem posluchačů (obyvatel Jihlavy a jejích návštěvníků) a s dostatečným předstihem jim srozumitelně a jednoduše vysvětlit princip změny parkování. Zároveň dostatečně intenzivně připomínat změnu v okamžiku její realizace a následně se věnovat potenciálním problémům.

DRAMATURGIE PRODUKTU – HITRADIO VYSOČINA

DUBEN – NĚCO SE CHYSTÁ

V tomto měsíci se zaměříme na komunikaci základních parametrů chystané změny. Jde o seznámení posluchačů s klíčovými parametry a benefity, které tato změna přinese. Je na místě zmínit i případné komplikace, které by mohly nastat při nesprávném chování řidičů po zavedení změn. Protagonisty, kteří budou ve vysílání s koncepcí seznamovat by mělo být několik kompetentních osob dle specifikace zadavatele (autoři koncepce, koordinátoři změny, autority města). V žádném případě to nesmí být moderátoři – ti jsou a celou dobu musejí zůstat na straně posluchačů.

FORMY KOMUNIKACE:

- **Lokální zpravodajství** (frekvence: 3 x týdně 2 vysílání / 4 týdny)
 - o Série zpravodajských příspěvků na dané téma jak s využitím o-tonů vybraných osob, tak ve formě čtených zpráv
- **Rozhovory v moderátorských vstupech** (frekvence: 2 x týdně / 4 týdny)
 - o Série předtočených rozhovorů s vybranými osobami, které na ploše 90 s. vstupu představí jednotlivá témata (rozhovor = 2-3 vstupy)
- **Moderátorské vstupy** (frekvence: 1 x týdně / 4 týdny)
 - o Na základě fiktivních zážitků moderátorů bude vytvářen moderátorský obsah na ploše 60 s., který bude odkazovat na „odpovědi“ ať už ve zpravodajství nebo rozhovorech
- **Sociální síť a web jako BONUS**
 - o Přesdílíme Vaše online příspěvky, aby se dostali mezi co nejvíce lidí/posluchačů

KVĚTEN – VŠE ODSTARTOVALO

V tomto měsíci se budeme věnovat praktickým zkušenostem s novou koncepcí. Moderátoři budou vystupovat jako „zástupci posluchačů“. Jsou to ti, kteří chtějí vědět, pochopit, vyzkoušet a především NEHEJTOVAT. Případnými dalšími protagonisty budou opět kompetentní osoby, vybrané zadavatelem, stejně jako v dubnu.

FORMY KOMUNIKACE:

- **Lokální zpravodajství** (frekvence: 3 x týdně 2 vysílání / 4 týdny)
 - o Série zpravodajských příspěvků na téma provoz a zkušenosti s novým parkovacím systémem jak s využitím o-tonů vybraných osob, tak ve formě čtených zpráv
- **Rozhovory v moderátorských vstupech** (frekvence: 1 x týdně / 4 týdny)
 - o Série předtočených rozhovorů s vybranými osobami, které na ploše 90 s. představí jednotlivá témata (rozhovor = 2-3 vstupy)
- **Moderátorské vstupy** (frekvence: 2 x týdně / 1 týden)
 - o Moderátoři odpolední show představují oba typy řidičů, kteří se vyskytují. Jeden je rezident, druhý návštěvník (bydlí v HB). Sami si budou chtít vyzkoušet, jak se v Jihlavě teď parkuje. V moderátorských vstupech tento záměr vyvolají, vystavějí a následně zrealizují (to už provedou i na sociálních sítích)
- **Sociální sítě a web jako BONUS** (frekvence: 1 x týdně / 1 týden)
 - o Půjde o sérii příspěvků – reels, stories, status. V nich bude zpracována vlastní zkušenost moderátorů s novým parkovacím systémem. Forma příběhu a zážitku – vlastní zkušenost. Zastupují posluchače

ČERVEN – BĚŽÍ TO A MÁ TO SMYSL

V tomto měsíci budeme reflektovat aktuální reakce zadavatele běh nové koncepce.

FORMY KOMUNIKACE:

- **Lokální zpravodajství** (frekvence: 2 x týdně 2 vysílání / 4 týdny)
 - o Série zpravodajských příspěvků na dané téma jak s využitím o-tonů vybraných osob, tak ve formě čtených zpráv
- **Rozhovory v moderátorských vstupech** (frekvence: 2 x měsíčně)
 - o Série předtočených rozhovorů s vybranými osobami, které na ploše 90 s. představí jednotlivá témata (rozhovor = 2-3 vstupy)

**CENA CELKEM za komunikaci mimo reklamní bloky a online komunikaci: ~~115.000,-~~
sleva 60% = **46.000,- po slevě****

DALŠÍ

Propojení on-air, on-line a off-air

Zpravodajské příspěvky zařadíme jako BONUS do lokálního zpravodajství i na Rádiu Blaník.

Pro vytvoření tohoto produktu je podmínkou dodání odborných obsahů zadavatelem

Pro spotovou kampaň bude klíčová podoba spotu, která by měla být ve formě „reminderu“ a měla by pracovat i s aktuálním časovým nastavením – pozor už za tři dny, zítra, dnes atd. (navrheme textaci a spot vyrobíme)

**SPOTOVÁ KAMPAŇ (7x týden SPONZORING DOPRAVY) za ~~138.600,-~~
sleva 60% = **55.440,- po slevě****

CELKOVÁ CENA ZA VEŠKEROU KOMUNIKACI 101.440,- Kč

Ceny jsou uvedeny bez DPH