

**výzvy k podání nabídky na veřejnou zakázku malého rozsahu na služby a smlouvy o dílo –  
podrobná specifikace**

**„Zpracování Strategie na podporu regionálního marketingu  
a Marketingové strategie inovačního ekosystému Karlovarského kraje“**

**Předmět plnění veřejné zakázky malého rozsahu na služby**

Předmětem plnění veřejné zakázky je tvorba dvou strategií včetně zajištění metodické expertní podpory (facilitace) a koordinace workshopů s klíčovými aktéry v regionu. Předmětem plnění veřejné zakázky je zajištění a provedení veškerých prací nutných ke zhotovení a úplnému dokončení dvou strategií:

**1. STRATEGIE NA PODPORU REGIONÁLNÍHO MARKETINGU**

Strategie bude obsahovat nastavení budoucího dlouhodobého marketingového směřování Karlovarského kraje jako vhodného místa pro život a místa s příležitostmi nejenom ke spokojenému životu, ale i osobnímu rozvoji a smysluplné práci (zaměstnání/podnikání). Očekávané přínosy této strategie:

- pozitivní posun ve vnímání Karlovarského kraje v nastavených image parametrech,
- systematická integrace identity, podstaty Karlovarského kraje do komunikace klíčových aktérů v Karlovarském kraji,
- nastavení jednotné a věrohodné komunikace/marketingu v rámci regionu i mimo něj.

Součástí plnění veřejné zakázky bude koordinace workshopů se stakeholdery Karlovarského kraje. Výstupem workshopů budou podklady pro definování klíčových hodnot Karlovarského kraje, které budou součástí positioningu/identity KK.

Předmětem plnění této části VZ je metodická expertní podpora, koordinace minimálně 4 workshopů, marketingová analýza a Strategie na podporu regionálního marketingu Karlovarského kraje, která bude určovat dlouhodobé marketingové směřování kraje a bude podkladem pro zadání k vypracování komunikační strategie (případně i doporučení komunikačních směrů s ohledem na komunikační žebřík (communication ladder).

**Specifikace:**

**1) Facilitace workshopů**

- minimálně 4 workshopy s odsouhlasenými zástupci/stakeholdery Karlovarského kraje a identifikace klíčových výstupů z jednotlivých workshopů s cílem připravit návrh positioningu a hlavních hodnot Karlovarského kraje;
- předpokládané zastoupení účastníků workshopů (předpokládaný počet účastníků 20-30):
  - Rada KK + starostové vybraných měst a obcí KK
  - vybraní zástupci KÚKK (odbor regionálního rozvoje, ... atd.)
  - ředitelé vzdělávacích institucí (SŠ a VŠ)
  - realizátoři marketingu v KK
  - veřejnost
  - zástupci větších podniků + personalisté + podnikatelé

## 2) Strategie na podporu regionálního marketingu Karlovarského kraje

- dokument v rozsahu 30-50 stran bez příloh obsahující:
  - klíčové závěry z marketingové analýzy prostředí (marketing kraje, měst a dalších významných subjektů v kraji), bude vycházet z níže uvedených podkladů:
    - Regionální inovační strategie Karlovarského kraje
    - Marketingová strategie pro Karlovarský kraj 2021-2025
    - Image analýza, 2019
    - Aktualizovaná image analýza, 2023
    - Analýza mediálního vnímání Karlovarského kraje, 2023
    - Depopulace metropolitních oblastí, 2021
    - Analýza bariér návratu VŠ obyvatelstva do Karlovarského kraje, 2023
    - Program rozvoje Karlovarského kraje 2021–2027 (PRKK21+)
    - monitoring médií
    - výstupy z workshopů
    - případného vlastního šetření dodavatele
    - v případě potřeby ujasnění některých faktorů, připraví dodavatel seznam otázek (za dobu realizace maximálně 2x), které budou dotazovány v rámci dotazníkového šetření šířeného zadavatelem prostřednictvím sociálních sítí na vybrané cílové skupiny,
  - návrh dlouhodobé marketingové strategie Karlovarského kraje,
  - stávající vize definovaná v PRKK21+ včetně případné diskuze k ní,
  - stanovení marketingových cílů dlouhodobých a krátkodobých,
  - identitu Karlovarského kraje obsahující hodnoty Karlovarského kraje,
  - archetyp Karlovarského kraje,
  - cílové skupiny,
  - doporučení, jak zaujmout stakeholdery a stimulovat jejich participaci v implementaci identity,
  - Karlovarského kraje do vlastních komunikačních aktivit (města/obce, cestovní ruch, agentury/institute, neziskové organizace, střední školy, veřejnost atd.),
- ve fázi definování rámce tvorby strategie proběhne mj. stakeholders analýza, mapování klíčových tvůrců image Karlovarského kraje,
- projednání návrhu strategie se zadavatelem,
- zapracování připomínek zadavatele,
- prezenční představení návrhu Strategie na podporu regionálního marketingu Karlovarského kraje Radě Karlovarského kraje a případně dalším významným stakeholderům,
- zapracování případných relevantních připomínek,
- v případě potřeby prezentace upraveného návrhu marketingové strategie Radě Karlovarského kraje a dalším významným stakeholderům,
- finální verze Strategie na podporu regionálního marketingu Karlovarského kraje.

## **2. MARKETINGOVÁ STRATEGIE INOVAČNÍHO EKOSYSTÉMU KARLOVARSKÉHO KRAJE**

Marketingová strategie inovačního ekosystému bude vycházet ze Strategie na podporu regionálního marketingu Karlovarského kraje a bude navazovat na centrální identitu Karlovarského kraje. Jejím cílem bude definovat klíčové strategické pilíře, cílové skupiny a nastavit orchestraci inovačního ekosystému k jeho růstu, symbióze a konkurenceschopnosti nejen v regionu a v rámci ČR, ale také v sousedních příhraničních oblastech, a to v souladu s RIS3 strategií. Cíl zvýšení znalosti inovačního

ekosystému a jeho popularizace bude primárně zaměřen na Karlovarský kraj, sekundárně Českou republiku.

Předmětem plnění je facilitace neboli metodická expertní podpora a vedení 3 workshopů (doporučení: podnikatelé, zaměstnavatelé mající vlastní výzkum či inovace, vzdělávací instituce, personalisté, poradenské firmy) a návrh marketingové strategie inovačního ekosystému Karlovarského kraje vycházející z regionální marketingové strategie. Přínosy se projeví zvýšeným zapojením klíčových aktérů v regionu a povedou k přípravě a nastavení marketingových a komunikačních aktivit a plánů.

### **Specifikace:**

#### **1) Facilitace workshopů**

- minimálně 3 workshopy s odsouhlasenými zástupci/stakeholdery Karlovarského kraje a identifikace klíčových výstupů z jednotlivých workshopů se zaměřením na inovační ekosystém Karlovarského kraje,
- předpokládané zastoupení účastníků workshopů (předpokládaný počet účastníků 20-30):
  - zástupci Rady pro výzkum, vývoj a inovace Karlovarského kraje,
  - vybraní zástupci politické reprezentace Karlovarského kraje,
  - zástupci vzdělávacích institucí (SŠ a VŠ),
  - realizátoři marketingu v Karlovarském kraji,
  - zástupci soukromého sektoru,
  - zástupci výzkumného sektoru,
  - zástupci neziskového sektoru aj.

#### **2. Marketingová strategie inovačního ekosystému**

- dokument v rozsahu 30-50 stran bez příloh obsahující:
  - strategické pilíře pro budování povědomí inovačního ekosystému,
  - cílové skupiny,
  - doporučení aktivit k budování zájmu o participaci aktérů na rozvoji inovačního ekosystému Karlovarského kraje,
  - parametry sítě ambasadorů inovačního ekosystému Karlovarského kraje,
  - nastavení procesu pro aktéry inovačního ekosystému, tak aby začali využívat připravené nástroje na budování konzistentní image KK a zapojili se do jejich tvorby,
  - návrh komunikačních pilířů inovačního ekosystému;
  - návrh zadání na tvorbu komunikačních nástrojů na podporu inovačního ekosystému KK v souladu s identitou Karlovarského kraje a RIS3 strategií Karlovarského kraje,
  - návrh dlouhodobé marketingové strategie pro inovační ekosystém Karlovarského kraje,
  - doporučení na propojení s positioningem Karlovarského kraje,
  - stanovení marketingových cílů dlouhodobých a krátkodobých,
- projednání návrhu strategie se zadavatelem,
- zapracování připomínek zadavatele,
- prezenční představení návrhu Marketingové strategie inovačního ekosystému Radě pro výzkum, vývoj a inovace Karlovarského kraje a případně dalším významným stakeholderům,
- zapracování případných relevantních připomínek,

- v případě potřeby prezentace upraveného Marketingové strategie inovačního ekosystému Radě pro výzkum, vývoj a inovace Karlovarského kraje.

### **Dodatečné informace**

Po schválení zpracovaných strategií bude možné využít konzultace související s implementací (maximálně v rozsahu 20 hodin).

Náklady na workshopy (pronájem místnosti, občerstvení) budou hrazeny zadavatelem a nejsou součástí VZ.

Oslovení účastníků workshopu bude realizováno ze strany zadavatele VZ.