ev. č.: KK02220/2023

Smlouva

o poskytnutí služby „Dlouhodobá marketingová kampaň: Lékařem v Karlovarském kraji“

Dnešního dne měsíce a roku:

Karlovarský kraj

Se sídlem: Karlovy Vary, Závodní 353/88, PSČ 360 06
IČO: 70891168
DIČ: CZ70891168
Bankovní spojení:
UniCredit Bank
Raiffeisenbank
[redacted]
Zastoupený: Ing. Petrem Kulhánkem, hejtmanem Karlovarského kraje

*na straně jedné jako objednatel (dále jen „**objednatel**“)*

a

Besocial s.r.o.

se sídlem: Jankovcova 1518/2, 170 00 Praha 7
zastoupený: Ing. Petrem Volfem
IČO: 24288829
DIČ: CZ24288829
bankovní spojení:
číslo účtu:
telefon:
[redacted]
zapsaný v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, vložka C 193351

(dále jen „**poskytovatel**“)

(spolu dále také jako „**smluvní strany“**)

PREAMBULE

Vzhledem k tomu, že:

a) poskytovatel je vybraným dodavatelem veřejné zakázky **„Dlouhodobá marketingová kampaň: Lékařem v Karlovarském kraji“** vyhlášené dne 27. 2. 2023 objednatelem jako zadavatelem nadlimitní veřejné zakázky v otevřeném řízení a výběr zhotovitele a uzavření této smlouvy schválila Rada Karlovarského kraje dne 5. 6. 2023 usnesením č. RK 741/06/23; a

b) objednatel má zájem prostřednictvím marketingové kampaně poskytnout lékařům a studentům lékařských oborů informace o poskytovaných benefitech a získat je pro práci v regionu; a

c) poskytovatel prohlašuje, že je držitelem potřebného živnostenského oprávnění a má řádné personální i technické vybavení, zkušenosti a schopnosti, aby předmět smlouvy splnil ve stanovené době a ve sjednané kvalitě,

dohodly se smluvní strany na uzavření této

Smlouvy
o poskytnutí služby „Dlouhodobá marketingová kampaň: Lékařem v Karlovarském kraji“

(dále jen „smlouva“)

dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

I. Předmět smlouvy

1) Poskytovatel se zavazuje navrhnout a realizovat dlouhodobou marketingovou kampaň zaměřenou na získávání lékařů do Karlovarského kraje (dále jen „služba“) a objednatel se zavazuje zaplatit poskytovateli dohodnutou odměnu, to vše za podmínek dohodnutých ve smlouvě.

II. Specifikace služby

1) Poskytovatel se zavazuje zajistit v rámci služby následující činnosti:
    - Připravit strategii, komunikační koncept a kreativní část kampaně
    - Zajistit veškerou produkci (tvorba grafických podkladů na základě navrženého mediálního plánu a strategie/konceptu, jedná se o všechny podklady nutné k běhu kampaně)
    - Sestavit katalog benefitů dle vytvořeného konceptu a požadavků objednatele
    - Sestavit mediální plán, následný nákup médií a správu kampaně po dobu běhu. Mediaplán je sestaven vždy na 12 měsíců plnění. Po uplynutí této doby je poskytovatel povinen do 15 pracovních dnů sestavit a předložit ke schválení objednateli nový mediaplán na dalších 12 měsíců plnění VZ. Mediaplán bude obsahovat finanční harmonogram plnění v členění po měsících pro komunikační kanály a formáty, podle něhož bude hrazena cena plnění
    - Sestavit finanční návrh měsíčního fee (v klíčových a neklíčových měsících) dle odhadovaného objemu potřebných prací zahrnující veškerý agenturní servis potřebný pro zajištění kampaně včetně kreativy, podle něhož bude hrazena cena plnění. Finanční návrh měsíčního fee bude předložen vždy na období 12 měsíců plnění, a to do vždy do 15 pracovních dnů od uplynutí tohoto období
    - Realizovat průběžnou správu kampaně, reporting a optimalizaci kampaně v průběhu let (obsahuje i správu obsahu na sociálních sítích včetně jeho tvorby)
    - Předkládat objednateli průběžné výsledky kampaně a plnění mediaplánu.
2) Bližší specifikace služby a podmínky jejího plnění tvoří přílohu č. 1 smlouvy.
3) Poskytovatel je povinen zajistit, aby se na poskytování služby podílel alespoň 1 student oboru se zaměřením na marketing či reklamu, a to po dobu nejméně 1 měsíce při plném úvazku, tj. 40 hod./týden. Při kratším týdenním úvazku bude povinnost považována za splněnou po odpracování alespoň 160 hodin studentem. Splnění této povinnosti prokáže poskytovatel nejpozději 5 pracovních dní před ukončením smlouvy předložením čestného prohlášení s uvedením jména a příjmení studenta vykonávajícího odbornou studijní praxi, identifikačních údajů školy a názvu studijního oboru. Přílohu čestného prohlášení bude tvořit smlouva se studentem nebo školou. Smlouvou se pro tyto účely rozumí především pracovní smlouva, dohoda o pracovní činnosti, dohoda o provedení práce, dohoda o odborné praxi studenta apod.

III. Termín a místo plnění

1) Poskytovatel se zavazuje poskytovat službu po celou dobu trvání této smlouvy, v souladu s časovým harmonogramem stanoveným v mediaplánu a termíny stanovenými v příloze č. 1 smlouvy.

Mediaplán je možné měnit či upravovat na základě průběžných výsledků kampaně. V takovém případě je nový mediaplán platný písemným odsouhlasením objednatele. Při změně mediaplánu není nutné uzavírat dodatek smlouvy.

2) Poskytovatel zahájí poskytování služby bezprostředně po účinnosti smlouvy.

3) Místem plnění je Česká republika.

IV. Cena a platební podmínky

1) Celková cena za poskytování služby činí:

Cena bez DPH 3.677.686,- Kč

(slovy: tři miliony šest set sedmdesát sedm tisíc šest set osmdesát šest korun českých)

DPH 772.314,- Kč

(slovy: sedm set sedmdesát dva tisíc tři sta čtrnáct korun českých)

Cena včetně DPH 4.450.000,- Kč

(slovy: čtyři miliony čtyři sta padesát tisíc korun českých)

2) Smluvní strany se dohodly, že cena poskytnuté služby bude fakturovaná měsíčně zpětně, dle finančního harmonogramu mediaplánu a finančního návrhu měsíčního fee.

3) Splatnost faktury – daňového dokladu je dohodou smluvních stran stanovena na 21 dnů ode dne jejího prokazatelného doručení objednateli. Zaplacením se pro účely této smlouvy rozumí odepsání příslušné částky z účtu objednatele ve prospěch účtu poskytovatele. Faktura musí obsahovat veškeré náležitosti daňového dokladu podle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Objednatel má právo vrátit fakturu před lhůtou splatnosti, pokud neobsahuje požadované náležitosti nebo obsahuje nesprávné cenové údaje. Oprávněným vrácením faktury přestává běžet původní lhůta splatnosti, opravená nebo přepracovaná faktura bude opatřena novou lhůtou splatnosti.

4) Smluvní strany se dohodly, že v případě změny zákonných sazeb DPH, bude DPH účtována podle předpisů platných v době uskutečnění zdanitelného plnění.

5) Poskytovatel prohlašuje, že ke dni podpisu smlouvy není nespolehlivým plátcem DPH dle § 106a zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, v platném znění a není veden v registru nespolehlivých plátců DPH. Poskytovatel se dále zavazuje uvádět pro účely bezhotovostního převodu pouze účet či účty, které jsou správcem daně zveřejněny způsobem umožňujícím dálkový přístup dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Pro případ, že se poskytovatel během trvání této smlouvy stane nespolehlivým plátcem ve smyslu ustanovení § 109 odst. 3 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, se smluvní strany dohodly, že objednatel má právo uhradit DPH za zdanitelné plnění přímo příslušnému správci daně. Objednatelem takto provedená úhrada bude považována za uhrazení příslušné části ceny rovnající se výši DPH fakturované poskytovatelem.

V. Licenční ujednání

Pokud by výstupy Poskytovatele naplňovaly znaky autorského díla ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, poskytovatel:

a) poskytne objednateli oprávnění k užití výstupu, a to ke všem způsobům užití známým v době uzavření této licenční Smlouvy, v rozsahu neomezeném, co se týká času, množství užití výstupu a územního rozsahu;
b) prohlásí, že objednatel bude oprávněn užít výstup jakýmkoli způsobem a v rozsahu bez jakýchkoli omezení;
c) prohlásí, že cena za poskytnutí licence k výkonu práva užít výstup je zahrnuta v ceně služeb dle této smlouvy;
d) dá objednateli bezúplatně svolení zejména ke zveřejnění výstupu, i v případě změněných verzí, úpravám výstupu, zpracování výstupu, spojení s jiným výstupem, zařazení beze změny nebo po zpracování do libovolného souborného výstupu, ve spojení s jiným výstupem; a to vše způsobem a v rozsahu uvedeném v této licenční smlouvě;
e) tato licence je výhradní s tím, že jí poskytovatel nemůže poskytnout další osobě bez souhlasu objednatele.

Licenční smlouva je uzavřena na dobu trvání autorských práv poskytovatele k výstupu.

VI. Sankce

1) Smluvní strany se dohodly, že za hrubé porušení smlouvy ze strany poskytovatele bude považováno:
   - nedodržení mediaplánu v jednotlivých měsících
   - nedosáhnutí závazných minimálních metrik vyhodnocení výkonnosti kampaně
   - nahrazení vedoucího realizačního týmu bez souhlasu objednatele.
2) Smluvní strany se dohodly, že za závažné porušení smlouvy ze strany poskytovatele bude považováno:
   - nepředložení měsíčního reportu výsledků kampaně
   - prodlení s předložením ročního výstupu
   - prodlení s předložením mediaplánu nebo finančního návrhu měsíčního fee
   - prodlení s předložením návrhu metrik vyhodnocení výkonnosti kampaně
   - nesplnění povinnosti dle čl. II odst. 3) smlouvy.
3) Smluvní strany se dohodly, že jiné porušení smlouvy ze strany poskytovatele, než je uvedeno v předchozích odstavcích tohoto článku smlouvy, bude považováno za méně závažné porušení smlouvy.
4) Smluvní strany se dohodly, že za hrubé porušení smlouvy ze strany poskytovatele je objednatel oprávněn uplatnit smluvní pokutu ve výši 80.000,- Kč za každý jednotlivý případ porušení.
5) Smluvní strany se dohodly, že za závažné porušení smlouvy ze strany poskytovatele je objednatel oprávněn uplatnit smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč za každý jednotlivý případ porušení.
6) Smluvní strany se dohodly, že za méně závažné porušení smlouvy ze strany poskytovatele je objednatel oprávněn uplatnit smluvní pokutu ve výši 2.000,- Kč za každý jednotlivý případ porušení.
7) Smluvní strany se dohodly, že v případě prodlení objednatele s úhradou faktury, je poskytovatel oprávněn uplatnit smluvní pokutu ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý den prodlení.
8) Smluvní pokuta je splatná do 21 dnů ode dne, kdy byla povinné straně doručena písemná výzva k jejímu zaplacení oprávněnou stranou, a to na účet oprávněné strany uvedený v písemné výzvě.
9) Vznikem nároku na zaplacení smluvní pokuty ani jeho uplatněním není dotčen ani omezen nárok druhé smluvní strany na náhradu vzniklé škody v plné výši.

VII. Realizační tým

1) Na poskytování služby se bude podílet realizační tým o minimálně čtyřech členech, přičemž na pozici vedoucí realizačního týmu bude Ing. Petr Volf.
2) Poskytovatel se zavazuje, že osobu vedoucího realizačního týmu nenahradí bez souhlasu objednatele. Souhlas objednatele mu bude udělen pouze v případě, že doloží, že tato osoba bude nahrazena osobou se stejnou či vyšší odbornou kvalifikací a zkušenostmi, ve smyslu prokázané kvalifikace a zkušeností z nabídky zhotovitele v zadávacím řízení veřejné zakázky a zároveň bude mít minimálně stejnou úroveň schopností a zkušeností, které byly hodnoceny v rámci kritérií hodnocení v zadávacím řízení. Pokud nová osoba nedosahuje stejné úrovně schopností a zkušeností pro hodnocení v rámci hodnotícího kritéria, musí dosahovat alespoň takové úrovně, která by při provedení nového hodnocení zajišťovala, že nabídka poskytovatele by byla stále nejvýhodnější

VIII. Trvání smlouvy

1) Tato smlouva se uzavírá na dobu určitou 48 měsíců.
2) Platnost smlouvy lze ukončit písemnou dohodou podepsanou oprávněnými zástupci obou smluvních stran.
3) Objednatel může od této smlouvy odstoupit z důvodu hrubého porušení smlouvy ze strany poskytovatele nebo z důvodu opakovaného (nejméně 3x) závažného porušení smlouvy, které nemusí být shodného typu.
4) Poskytovatel může od této smlouvy odstoupit z důvodu prodlení objednatele s úhradou faktury, které bude delší než 30 dní.
5) Odstoupení nabývá účinnosti dnem prokazatelného doručení jeho písemného vyhotovení druhé smluvní straně.

IX. Kontaktní osoby

1) Osoby oprávněné k jednání ve věci poskytování služby na straně objednatele:
   - Ing. Alena Šalátová, ☎ [redacted]
   - Ing. Denisa Pelc, ☎ [redacted]
2) Kontaktními osobami poskytovatele při poskytování služby jsou:
   - Ing. Petr Volf, COO, ☎ [redacted]
   - Tomáš Rampas, Account director, ☎ [redacted]
3) Změnu kontaktní osoby je potřeba písemně oznámit druhé smluvní straně. Z důvodu změny kontaktní osoby není potřeba uzavírat dodatek smlouvy.

X. Závěrečná ustanovení

1) Tato smlouva nabývá platnosti dnem podpisu obou smluvních stran a účinnosti **prvním dnem měsíce následujícího po dni uveřejnění** v Registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů.
2) Zaslání smlouvy do registru smluv zajistí objednatel neprodleně po podpisu smlouvy. Objednatel se současně zavazuje informovat poskytovatele o provedení registrace tak, že zašle poskytovateli kopii potvrzení správce registru smluv o uveřejnění smlouvy bez zbytečného odkladu poté, kdy sám potvrzení obdrží, popř. již v průvodním formuláři vyplní příslušnou kolonku s ID datové schránky poskytovatele (v takovém případě potvrzení od správce registru smluv o provedení registrace smlouvy obdrží obě smluvní strany zároveň).

3) Tato smlouva je v souladu § 211 odst. 3 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů ve spojení se zákonem č. 300/2008 Sb. o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů, ve znění pozdějších předpisů uzavřena elektronicky.
4) Tato smlouva může být doplňována či měněna pouze písemnými dodatky, podepsanými oprávněnými zástupci obou smluvních stran.
5) Smluvní strany se dohodly, že předložení a schválení mediaplánu, finančního návrhu měsíčního fee a závazných minimálních metrik na další 12měsíční cykly kampaně nebude považováno za doplnění či změnu smlouvy a nemusí být z těchto důvodů uzavírán dodatek.
6) Nedílnou součástí této smlouvy jsou tyto přílohy:
   Příloha č. 1 – Specifikace služby
   Příloha č. 2 – Mediaplán
   Příloha č. 3 – Finanční návrh měsíčního fee
7) Vztahy smluvních stran touto Smlouvou výslovně neupravené se řídí obecně závaznými právními předpisy ČR, zejména zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
8) Poskytovatel je podle ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů.
9) Objednatel a poskytovatel shodně konstatují, že se s obsahem této smlouvy seznámili a prohlašují, že tato byla ujednána podle jejich pravé a svobodné vůle, což stvrzují podpisy oprávněných zástupců.

Besocial s.r.o.	Karlovarský kraj
Ing. Petr Volf	**Ing. Petr Kulhánek**
jednatel	hejtman Karlovarského kraje

Příloha č. 1

Specifikace služby

Předmětem plnění je návrh a realizace dlouhodobé marketingové kampaně zaměřené na získávání lékařů do Karlovarského kraje. Prostřednictvím marketingové kampaně chce Karlovarský kraj lékaře do regionu přivést a pomocí benefitů, finančních odměn, stipendií a příspěvků je v kraji udržet. Karlovarský kraj se dlouhodobě potýká s nedostatkem lékařů (nejen) v primární péči. Jejich průměrný věk se pohybuje okolo 60 let.

Realizací dlouhodobé marketingové kampaně, která je předmětem plnění chce Karlovarský kraj dosáhnout těchto cílů:

Krátkodobé cíle:

- Zvýšení znalosti a distribuce nabídky „benefitů pro lékaře“ v celé cílové skupině (bližší specifikace viz cílová skupina pro komunikaci).
- Budování pozice „atraktivního místa“ pro práci lékaře.
- Zvýšení znalosti a distribuce nabídky „stipendií“ v cílové skupině (u studentů lékařských oborů).

Dlouhodobé cíle:

- Otevření lékařské ordinace v Karlovarském kraji v preferované specializaci, získání stipendisty z lékařské fakulty.
- Změna lokality / přesídlení lékaře.

Cílová skupina pro komunikaci:

Skupina Student: Studuje vysokou školu, lékařskou fakultu (např. v Praze, v Plzni). O své specializaci se ještě nerozhodl.

Skupina Mladý doktor: Pracuje ve fakultní nemocnici např. v Plzni, v Praze.

Skupina Zralý doktor: Praktik s vlastní ordinací např. v Jihlavě. Prochází životní změnou, uvažuje o změně místa bydliště, nebo má vazbu přímo ke Karlovarskému kraji (např. chata, část rodiny).

Povinnosti poskytovatele v rámci plnění zakázky:

- Připravit strategii, komunikační koncept a kreativní část kampaně
- Zajistit veškerou produkci (tvorba grafických podkladů na základě navrženého mediálního plánu a strategie/konceptu, jedná se o všechny podklady nutné k běhu kampaně)
- Sestavit katalog benefitů dle vytvořeného konceptu a požadavků objednatele
- Sestavit mediální plán, následný nákup médií a správu kampaně po dobu běhu. Mediaplán je sestaven vždy na 12 měsíců plnění. Po uplynutí této doby je poskytovatel povinen do 15 pracovních dnů sestavit a předložit ke schválení objednateli nový mediaplán na dalších 12 měsíců plnění VZ. Mediaplán bude obsahovat finanční harmonogram plnění v členění po měsících pro komunikační kanály a formáty, podle něhož bude hrazena cena plnění
- Sestavit finanční návrh měsíčního fee (v klíčových a neklíčových měsících) dle odhadovaného objemu potřebných prací zahrnující veškerý agenturní servis potřebný pro zajištění kampaně včetně kreativy, podle něhož bude hrazena cena plnění. Finanční návrh měsíčního fee bude

předložen vždy na období 12 měsíců plnění, a to do vždy do 15 pracovních dnů od uplynutí tohoto období
- Bude realizovat průběžnou správu kampaně, reporting a optimalizaci kampaně v průběhu let (obsahuje i správu obsahu na sociálních sítích včetně jeho tvorby)
- Bude předkládat objednateli průběžné výsledky kampaně a plnění mediaplánu

Požadavky na komunikační koncept:

Poskytovatel dodá komunikační koncept s jeho grafickou vizualizací, který bude pracovat s tématem komunikace pozitivní motivace pro stávající a budoucí lékaře prostřednictvím nabídnutých benefitů, respektive pozitivních kladných příkladů dokazujících aktuální a budoucí výhody.

Koncept musí zahrnout komunikaci těchto klíčových témat:

- Katalog benefitů
- Finanční odměny, stipendia, příspěvky

Koncept bude využíván pro aplikaci na reklamní kampaně a sdělení, na webu (kr-karlovarsky.cz) a částečně v komunikaci na sociálních sítích kraje (částečně z toho důvodu, že zde bude vznikat i obsah mimo koncept kampaně). Vytvářený koncept a klíčový vizuál slouží pro komunikaci v digitálním prostředí i outdoor prostředí. Karlovarský kraj bude mít veškerá práva k publikaci i v jiných kanálech.

Kde bude koncept a rozšiřující informace komunikovány:

- Sociální sítě objednatele nebo vlastní profil kampaně
- Webové stránky objednatele nebo vlastní landing page kampaně. V případě práce s landing page musí poskytovatel zohlednit její přípravu v nákladech kreativní a produkční části.

Požadovaný harmonogram kampaně:

V prvních třech měsících plnění veřejné zakázky budou probíhat přípravné práce (finalizace konceptu, grafika, katalog benefitů, video, příprava obsahu a podkladů pro kampaně).

Jedná se o celoroční kampaň s klíčovými měsíci, které stanovuje objednatel. Klíčových měsíců může být maximálně 6. Je možné měsíce měnit dle průběžných výsledků kampaně a potřeb objednatele. Za klíčové měsíce, kdy je realizována hlavní část výstupů a nakupována většina inzerce je období března až května a září až listopadu. V ostatních měsících, v lednu, únoru, červnu, červenci, srpnu a prosinci je realizováno pouze minimální plnění (viz specifikace minimálního plnění v neklíčových měsících).

Bližší specifikace:

Strategická a kreativní část (příprava strategie a komunikačního konceptu):

Finalizace konceptu navrženého v rámci VŘ proběhne na základě schůzek s poskytovatelem až po výběru poskytovatele. Na základě finálního konceptu vznikne vizuální směr, klíčový vizuál, který bude sloužit jako vzor pro celou kampaň. Vizuál může mít variace dle témat, se kterými bude pracovat.

Objednatel požaduje v rámci výstupu minimálně tyto podklady:

- Tvorba grafických podkladů na základě navrženého mediálního plánu a strategie/konceptu.
- Propagační video využívající hlavní sdělení kampaně a navazující na koncept kampaně.
- Adaptace videa pro online inzerci – YT, FB, IG (vhodné vertikální i horizontální formáty).
- Podobu a formu videa navrhne poskytovatel v rámci podkladů pro VŘ.
- Katalog benefitů. Podoba a forma bude odpovídat klíčovému vizuálu. Poskytovatel navrhne až po výběru poskytovatele.
- Standardní Google bannerová sada pro display inzerci + branding a mobilní branding.
- Reklamní formáty pro inzerci na sociálních sítích (Facebook a Instagram).

V průběhu každého roku se budou dílčí podklady pro kampaň zmíněné výše 1-2 x upravovat dle nových témat. Tyto práce musí být zahrnuty v kreativní části plnění.

Správa obsahu na sociálních sítích včetně jeho tvorby:

- 4x měsíčně FB / IG post (příp. stories, reels) se zaměřením na benefity nebo jiná témata dle informací od objednatele.
- 1-2 ročně rozhovor s lékařem z kraje (jednoduché video natočené na místě – bez techniky, základní postprodukce – titulka, jméno…)

Návrh mediálního plánu, následný nákup medií a správa kampaně po dobu běhu.

Poskytovatelem navržený mediální plán bude možné v případě potřeby měnit, aby reagoval na průběžné výsledky kampaně.

V rámci realizace počítáme primárně s využitím online medií, pokud však poskytovatel identifikuje jiné vhodné příležitosti, je možné je v budoucnu zahrnout. Mezi vhodné kanály řadíme primárně online kanály.

Minimální plnění v neklíčových měsících (leden, únor, červen, červenec, srpen, prosinec):

- Social media:
  - 2-3 obsahové nebo promo posty se zaměřením na témata kampaně.
  - 1x call s objednatelem.
- Inzerce:
  - podpora social media postů v částce dle návrhu objednatele.

Minimální plnění v klíčových měsících (březen, duben, květen, září, říjen, listopad):

- Plnění odpovídá schválenému mediaplánu, pokud však poskytovatel identifikuje jiné vhodné příležitosti s ohledem na navrženou strategii, je možné po schválení objednatelem mediaplán změnit.

Report, výstupy:

- **v neklíčových měsících**
  - 1x měsíčně synchronizační call a report výsledků kampaně
- **v klíčových měsících**
  - Intenzivní komunikace mezi poskytovatelem a objednatelem (min. 3 měsíčně call, e-mail)
  - Měsíční report výsledků kampaně

- **Do 30 dnů od skončení každých 12 měsíců plnění veřejné zakázky poskytovatel předloží objednateli roční výstupy a výsledky kampaně nejlépe osobně (případně formou callu nebo e-mailu).**

Celkový rozpočet:

Celková částka rozpočtu na období 4 let činí 4 450 000 Kč s DPH. Rozložení do jednotlivých let je uvedeno v tabulce níže. Všechny částky jsou uváděny včetně DPH. Druhá tabulka uvádí doporučené procentuální vyjádření poměru kreativního a inzertního rozpočtu vůči celkovému ročnímu rozpočtu. Kreativní rozpočet nesmí přesáhnout 40 % z celkového ročního rozpočtu. Inzertní rozpočet na nákup médií nesmí být nižší, než 60 % z celkového ročního rozpočtu.

	Kreativa a zajištění kampaně	Inzertní rozpočet na nákup médií	Celkový roční rozpočet
1. rok	550 000	900 000	1 450 000
2. rok	360 000	640 000	1 000 000
3. rok	360 000	640 000	1 000 000
4. rok	360 000	640 000	1 000 000

Kreativa a zajištění kampaně

Částka na kreativní část zahrnuje přípravu kreativy, správu kampaně v průběhu roku, tvorbu obsahu na sociální sítě, grafické práce, vedení projektů, reporting, spojenou komunikaci a veškeré činnosti, které lze charakterizovat jako agenturní činnosti nutné pro realizaci kampaní. Na veškerou kreativu a na zajištění celé kampaně v prvním roce je počítáno s částkou max. 550 000 Kč včetně DPH. V dalších třech letech je počítáno s částkou max. 360 000 Kč. Tabulka níže uvádí rozpad kreativního rozpočtu do detailnějších položek v jednotlivých letech.

Rozpočet pro kreativu a zajištění kampaně

	Měsíční poplatek	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
Poplatek poskytovateli v klíčových měsících (fee)	40 000	240 000	240 000	240 000	240 000
Poplatek poskytovateli v udržovacích měsících (fee)	15 000	90 000	90 000	90 000	90 000
Příprava konceptu, strategie, klíčák, graf. práce		80 000			
Podklady pro kampaň (bannery, social posty)		30 000			
Video a jeho rozpady na reklamní formáty		80 000			
Drobné grafické a fotografické práce		30 000	30 000	30 000	30 000
SUMA		**550 000**	**360 000**	**360 000**	**360 000**

Inzertní rozpočet a mediaplán

Na nákup médií bude v prvním roce alokována částka 900 000 Kč včetně DPH. Média budou nakupována na základě navrženého mediaplánu, který bude respektovat požadavky a garantovat minimální hodnoty. Inzertní rozpočet v dalších letech činí pro každý rok 640 000 Kč. Minimální plnění je pro poskytovatele závazné.

Nákup online inzerce na základě poskytovatelem připraveného mediálního plánu se zahrnutím minimálně:

- Inzerce na sociálních sítích
- Display – Google DV360 a Adform DSP
- Video inzerce – Youtube, Sociální sítě
- Reklama ve vyhledávání

Závazné minimální metriky vyhodnocení výkonnosti kampaně pro první rok kampaně:

- 4,3 mil impresí* videí
- 7,5 mil impresí display inzerce
- 6,6 mil impresí social inzerce

* Imprese je počet zobrazení reklamního banneru, videa apod.

Metriky vyhodnocení **výkonnosti kampaně** (imprese, případně jiné navržené) se mohou v dalších letech upravovat a měnit dle vývoje na trhu a celospolečenské situace (neočekávané situace – covid, mezinárodní konflikt, mimořádné volby). Nový návrh je předložen objednateli vždy nejdéle do 15 pracovních dní od začátku dalšího 12měsíčního cyklu kampaně společně s mediaplánem. Návrh se stane závazným po schválení objednatelem. Pokud nedojde ke konsenzu ani do tří měsíců od předložení nového návrhu, budou pro poskytovatele závazné naposledy odsouhlasené závazné metriky.

Kampaň neumožňuje navyšování rozpočtu, a proto musí být všechny navrhované činnosti v rámci strategie a kreativního plnění realizovatelné v kreativním rozpočtu.

Account Manager:	PV
Klient:	KV
Kampaň / Zakázka:	Lékaři
Datum:	2023

Měsíční Fee v klíčových měsících

Agenturní činnost účtovaná v hodinové sazbě včetně DPH	AM	SM / PPC / RTB	IM	AD / SD	SP	MG	CM	ART D	DTP
Cena za hodinu v Kč	1250	1250	1500	1700	1800	1500	600	1500	1200
Accounting	6								
Kreativní tým			4						7,5
Tvorba a správa obsahu		6							
Správa inzerce		6							
Reporting		2							
Celkový počet odpracovaných hodin	6	14	4	0	0	0	0	0	7,5
	7 500 Kč	17 500 Kč	6 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	9 000 Kč

*SoMe / PPC / RTB - specialsta, AM . Account Manager, CW - copywriter, DTP - grafika, PRG - programování, MG - motion grafika, IM - Idea Maker, SP - Strategy Planner, AD / SD - Account / Social director, CM community management

Měsíční Fee v neklíčových měsících

Agenturní činnost účtovaná v hodinové sazbě včetně DPH	AM	SM / PPC / RTB	IM	AD / SD	SP	MG	CM	ART D	DTP
Cena za hodinu v Kč	1250	1250	1500	1700	1800	1500	600	1500	1200
Accounting	2,16								
Kreativní tým									
Tvorba a správa obsahu		3							4
Správa inzerce		2							
Reporting		1							
Celkový počet odpracovaných hodin	2,16	6	0	0	0	0	0	0	4
	2 700 Kč	7 500 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	4 800 Kč

*SoMe / PPC / RTB - specialsta, AM . Account Manager, CW - copywriter, DTP - grafika, PRG - programování, MG - motion grafika, IM - Idea Maker, SP - Strategy Planner, AD / SD - Account / Social director, CM community management

Úvodní práce

Agenturní činnost účtovaná projektově	
Cena za projekt	
Příprava konceptu a grafické práce	80 000 Kč
Adaptace pro kampaň	30 000 Kč
Video a příprava reklam	80 000 Kč
Grafické a obsahové práce	30 000 Kč
Celkový počet odpracovaných hodin	220000
	0 Kč

Shrnutí

Klíčové měsíce	40 000 Kč
Neklíčové měsíce	15 000 Kč
Úvodní aktivity	220 000 Kč

*cena je včetně DPH 21%

Account Manager:	Petr Volf
Klient:	KV
Kampaň / Zakázka:	KV / Lékaři
Datum:	29.3.2023

Dodavatel / Skupina / Technologie	Web / Kanál	Formát / TP	Cílení	Umístění	srpen	září	říjen	listopad	prosinec	leden	únor	březen	duben	květen	červen	červenec	Nákupní jednotka	Cena za jednotku	CTR / VR	Rozpočet	Imprese	Kliky	CTR / VR	CPM
																					Odhad		Odhad	Odhad
Social media	**FB & IG & Youtube**	Video/Motion/Stories	Věk, zájmy, chování, geo	dle kanálu a formátu	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	20 000 Kč	25 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	CPM	45,0 Kč	0,25%	195 000 Kč	**4 333 333**	10 833	0,25%	45,00 Kč
Social media	**FB & IG**	Ie post / static/ static Stories	Věk, zájmy, chování, geo	Content feed + Stories	15 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	10 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	CPM	38,0 Kč	0,25%	255 000 Kč	**6 710 526**	16 776	0,25%	38,00 Kč
Display	**Adform DSP**	Display sada	Věk, zájmy, chování, geo	Celá Adform síť - white list	5 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	0 Kč	7 500 Kč	7 500 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	4 801 Kč	5 000 Kč	CPM	50,0 Kč	0,25%	104 801 Kč	**2 096 020**	5 240	0,25%	50,00 Kč
Display	**Google DV360**	Display sada	Věk, zájmy, chování, geo	Celá Google síť	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	0 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	CPM	30,0 Kč	0,25%	165 000 Kč	**5 500 000**	13 750	0,25%	30,00 Kč
Search	**Google + Sklik search**	Text	Klíčová slova, geo	Výsledky vyhledávání	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	CPC	6,0 Kč	2,00%	24 000 Kč	**200 000**	4 000	2,00%	120,00 Kč
																				743 801 Kč	**18 839 880**	**50 600**		

Rekapitulace

Průměrné odhadované CPM	**39 Kč**
Celkové mediální náklady za kampaň	**743 801 Kč**
VIDEO imprese	**4 333 333**
DISPLAY imprese	**7 796 020**
SOCIAL imprese	**6 710 526**
Celkový počet garantovaných impresí	**18 839 880**

* Ceny bez DPH

CPM - cena za 1000 zobrazení
CPC - cena kliku
CTR - procento proklikovosti