

Dodatek č. 1
ke
Smlouvě o zajištění reklamní kampaně na sociálních sítích a
v reklamních sítích

uzavřený níže uvedeného dne, měsíce a roku dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění (dále jen „občanský zákoník“), mezi:

Národní pedagogický institut České republiky (zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků)

IČO: 45768455
DIČ: CZ45768455
se sídlem: Senovážné nám. 872/25, 110 00 Praha 1
zastoupen: Mgr. Ivem Jupou, ředitelem
bankovní spojení: ČNB
číslo účtu: 79530011/0710
ID datové schránky: 8pswgy6

Kontaktní osobou pro část a):

[REDACTED]

Kontaktní osoby pro část b):

[REDACTED]

a

[REDACTED]

(dále také jen „objednatel“)

a

Linhart Marketing s.r.o

IČO: 28644387
DIČ: CZ28644387
se sídlem: Jakoubka ze Stříbra 44, 779 00, Olomouc
zastoupena: Janem Linhartem, jednatelem
bankovní spojení: Fio banka, a.s.
číslo účtu: 2600099787/2010

ID datové schránky: 58gwry7

Kontaktní osoba: [REDACTED]

Tel.: [REDACTED]

Email: [REDACTED]

(dále také jen „poskytovatel“)

1. Předmět dodatku

V souladu s ustanovením čl. VIII, odst.6 Smlouvy o zajištění reklamní kampaně na sociálních sítích a v reklamních sítích, č.smlouvy: NPICR-758/2021/11-2, uzavřené dne 17.2.2022 (dále jen „Smlouva“), se smluvní strany dohodly na následujících změnách Smlouvy:

- 1.1. Původní znění čl.I, Smlouvy se ruší a nahrazuje se následujícím zněním:
„Účelem smlouvy je zajištění reklamní kampaně v délce 31 měsíců za účelem efektivního oslovení cílové skupiny vedoucí ke konkrétní akci, která je definovaná jako vážný zájem o zjištění informací o produktech a službách na zadaných webech a sociálních sítích.“
- 1.2. Původní znění čl.IV, odst.6 Smlouvy se ruší a nahrazuje se následujícím zněním:
„Poskytovatel je oprávněn vystavit fakturu (daňový doklad) po prokazatelném předání plnění dotčené části předmětu smlouvy objednateli, a to na základě oboustranně podepsaného předávacího protokolu. Poskytovatel je oprávněn fakturovat po odevzdání ročního reportu každé jednotlivé části plnění to je v srpnu 2022, srpnu 2023, květnu 2024 (pro část b) a srpnu 2024 (pro část a). Faktury budou vystaveny zvlášť pro projekt Europass, EQF, Euroguidance a EQAVET. Faktura bude obsahovat cenu bez DPH, DPH a cenu včetně DPH a bude zohledňovat úhradu zálohy dle čl.IV, odst.5 této smlouvy.“
- 1.3. Původní znění čl.VII, odst.1 Smlouvy se ruší a nahrazuje se následujícím zněním:
„Tato smlouva se uzavírá na dobu určitou, tj. ode dne nabytí její účinnosti zveřejněním v registru smluv do 31.8.2024.“
- 1.4. Původní znění Přílohy č.1 Smlouvy se ruší a nahrazuje se následujícím zněním:

„Příloha č.1 Specifikace:

Reklamní kampaň na sociálních sítích a v reklamních sítích 2022-2024

Předmětem plnění je zajištění a realizace reklamní kampaně na sociálních sítích a v reklamních sítích - částí kampaně:

- a) Projekt - Europass, EQF, Euroguidance
(195 000,- Kč bez DPH, roční rozpočet 65 000,- Kč bez DPH, včetně kreditu)
- b) Projekt - EQAVET
(96 000,- Kč bez DPH, roční rozpočet 32 000,- Kč bez DPH, včetně kreditu)

Maximální podíl nákladů za správu, grafické práce (rozpracování bannerů do různých formátů apod.), nastavení analytických nástrojů pro kampaně a vyhodnocení je 40 % z nabídkové ceny každé části kampaně.

Vymezení cílových skupin kampaně dle jednotlivých částí:

Cílové skupiny části a)

– lidé ve věku 15-55 let. Definice zájmy (např. vzdělávání, profesní rozvoj, kariéra), jazyk – čeština a slovenština, angličtina, geografický původ ČR. Možná inspirace např. vyhodnocení reklamní kampaně na Facebooku Europassu, viz příloha č. 2.

Cílové skupiny části b)

– zaměstnavatelé, pracovníci krajských úřadů, učitelé. Definice zájmy (např. vzdělávání, profesní rozvoj, kariéra), jazyk – čeština a slovenština, angličtina, geografický původ ČR.

Harmonogram plnění reklamní kampaně:

Leden 2022 – začátek plnění (příprava kampaně 2022, odsouhlasení sestav) pro obě části

Únor – červen 2022 – průběh kampaně pro část a

Květen – červen 2022 – průběh kampaně pro část b

Červenec - srpen 2022 – vyhodnocení kampaně 2022 pro všechny části

Listopad - prosinec 2022 – začátek plnění (příprava kampaně 2023, odsouhlasení sestav) pro obě části

Leden - červen 2023 – průběh kampaně pro část a

Květen – červen 2023 – průběh kampaně pro část b

Červenec - srpen 2023 – vyhodnocení kampaně 2022 pro všechny části

Listopad 2023 – leden 2024 – začátek plnění (příprava kampaně 2024, odsouhlasení sestav) pro část b

Listopad 2023 – leden 2024 – začátek plnění (příprava kampaně 2024, odsouhlasení sestav) pro část a

Únor – duben 2024 - průběh kampaně pro část b

Únor - červen 2024 – průběh kampaně pro část a

Květen 2024 - vyhodnocení kampaně 2024 pro část b, celkové vyhodnocení kampaně 2022-2024 pro část b

Červenec - srpen 2024 – vyhodnocení kampaně 2024 pro část a, celkové vyhodnocení kampaně 2022-2024 pro část a

Dílčí plnění:

Srpen 2022 – roční vyhodnocení

Srpen 2023 – roční vyhodnocení

Květen 2024 – roční vyhodnocení pro část b

Srpen 2024 – roční vyhodnocení pro část a

Dokončení plnění:

Květen 2024 (závěrečná zpráva a vyhodnocení kampaně) za celé období kampaně pro část b

Srpen 2024 (závěrečná zpráva a vyhodnocení kampaně) za celé období kampaně pro část a

Cíle kampaně:

Hlavním marketingovým cílem kampaně je efektivní oslovení cílové skupiny vedoucí ke konkrétní akci, která je definovaná jako vážný zájem o zjištění informací o produktech a službách na zadaných webech a sociálních sítích v obou částech.

Dílčí cíle, jichž má PPC kampaň dosáhnout:

Zvýšení návštěvnosti webových stránek včetně adekvátní doby setrvání návštěvníka na stránce
Minimální cena za proklik.

Konverze (např. stažení souborů, zhlédnutí videa, doba strávená na stránce)

V rámci plnění této kampaně dodavatel zajistí adaptaci a technickou přípravu reklamních formátů, nákup mediálního prostoru v souladu s předloženým mediálním plánem, dále zajistí komplexní správu kampaně, vytvoření reklamního účtu pro kampaň (i přístup objednatele), průběžnou kontrolu průběhu kampaně a finální vyhodnocení výkonu a efektivity kampaně.

Objednatel dodá každý rok reklamní sdělení, bannery, vstupní grafiku, weby a sociální sítě k uskutečnění kampaně a rámcový plán kampaně. Vybraný uchazeč nastaví kampaň nejpozději do 14 dnů od obdržení podkladů.

Zadavatel si vyhrazuje právo kontroly nastavení kampaně před jejím spuštěním a finální odsouhlasení spuštění kampaně.

Vybraný uchazeč bude povinen zajistit realizaci PPC kampaně v reklamních a na sociálních sítích, včetně její průběžné optimalizace. Součástí plnění této zakázky je správa a optimalizace kampaní. Součástí bude remarketingová kampaň.

Zadání kampaně

V každoročním zadání kampaně je konkrétní specifikace a zadání kampaně v rámci smlouvy (ročního rozpočtu).

Nastavení kampaně

Součástí správy kampaně jsou následující činnosti:

- Nastavení kampaně pro pokrytí zadaných cílových skupin NPI ČR
- Vypracování reklamních sestav a reklamních inzerátů z podkladů zadavatele, využití zadaných klíčových slov
- Realizace kampaně podle zadání (nastavení cílů google analytics je možné jen pro www.europass.cz)
- Průběžný monitoring kampaně, vč. vyhodnocování klíčových parametrů v pravidelných měsíčních reportech při spuštěné kampani, v případě nutnosti i v rámci mimořádných reportů
- Optimalizace kampaně, při níž budou sledovány tyto parametry:
 - % návštěvníků vstupujících na stránky opakovaně
 - doba pobytu na stránce
 - průměrné CPC
 - CTR a CPM
 - page view
 - jednotlivé konverze: zhlédnutí videa anebo stažení PDF

V případě nižšího objemu doručených návštěv lze reklamu v obsahové síti kombinovat i s reklamou ve výsledcích vyhledávání, a to za předpokladu, že výsledky budou dosahovat minimálně srovnatelných hodnot ve většině měřených parametrů.

Správa a monitoring kampaně

V oblasti návštěvnosti webu Europassu www.europass.cz nastaví dodavatel kampaňové parametry, které umožní měřicímu systému, např. Google Analytics, Tag Manager, přesně zjistit, odkud návštěvníci na stránku přišli (reklamní systém, sociální sítě, organické vyhledávání aj.), kolik z nich splnilo cíle webu a na jaké množství finančních prostředků tedy vyšlo splnění jednotlivých cílů.

Součástí správného nastavení bude také případný návrh implementace potřebných kódů do stránek webů pro potřebu remarketingových systémů.

Průběžné a závěrečné zprávy

Dodavatel bude zadavateli předkládat pravidelné průběžné zprávy po každém ukončeném měsíci plnění v obou částech, včetně monitoringu a vyhodnocení průběhu plnění, vždy do 5 pracovních dnů po uplynutí hodnoceného období; Doporučená forma: report GA, PPT a slovní hodnocení kampaně, Excel.

Průběžné roční zprávy budou předány nejpozději do:

- 31. srpna 2022
- 31. srpna 2023
- 31. května 2024 pro část b
- 31. srpna 2024 pro část a

Závěrečná zpráva bude předána nejpozději do 31. května 2024 pro část b v českém a anglickém jazyce. Doporučená forma: report GA, PPT a slovní hodnocení kampaně, Excel.
Závěrečná zpráva bude předána nejpozději do 31. srpna 2024 pro část a v českém a anglickém jazyce. Doporučená forma: report GA, PPT a slovní hodnocení kampaně, Excel.

Termín ukončení plnění je 31. 8. 2024, včetně předání závěrečné zprávy. Plnění bude probíhat v plné součinnosti se zadavatelem.“

2. Závěrečná ujednání

- 2.1. Ostatní ustanovení Smlouvy zůstávají v platnosti v původním znění.
- 2.2. Tento Dodatek nabývá platnosti dnem podpisu smluvních stran a účinnosti dnem zveřejnění v registru smluv podle zákona o registru smluv.
- 2.3. Tento Dodatek je sepsán ve dvou vyhotoveních stejné platnosti a závaznosti, přičemž každá ze Smluvních stran obdrží po jednom. Toto ujednání se neuplatní v případě, pokud je dodatek podepisován elektronicky. V takovém případě každá ze stran obdrží totožné elektronické znění dodatku s elektronickými podpisy obou stran.

Smluvní strany po přečtení dodatku prohlašují, že souhlasí s jeho obsahem bez výhrad a že tento byl sepsán na základě pravdivých údajů, jejich pravé a svobodné vůle a nebyl ujednan v tísní ani za jinak jednostranně nevýhodných podmínek a zároveň prohlašují, že jim nejsou známy žádné skutečnosti, které by bránily řádnému uzavření dodatku.

Dne 20. 12. 2023

Objednatel

Dne 28. 12. 2023

Poskytovatel

Národní pedagogický institut České
republiky
Mgr. Ivo Jupa, ředitel

Linhart Marketing s.r.o
Jan Linhart, jednatel