

Nákup reklamního prostoru dle níže uvedeného media plánu v období 1. 2. - 31. 3. 2024

Médium	Umístění inzerce a formát inzerce	Jednotka	Počet	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH	Nabídková cena celkem v Kč bez DPH
Nova Group 1. 2. - 29. 2.	40s reklamní spoty v objemu 100GRPs v nákupní cílové skupině 15-54 (40 % PT+30 % SPT) s garantovanou afinitou 1,2 v cílové skupině Ženy 25-45	GRPs	100	21 500,00	2 150 000,00
Nova Group 11. - 31. 3.	10s reklamní spoty v objemu 200GRPs v nákupní cílové skupině 15-54 (40 % PT+30 % SPT) s garantovanou afinitou 1,2 v cílové skupině Ženy 25-45	GRPs	200	7 950,00	1 590 000,00
Prima Group 1. 2. - 29. 2.	40s reklamní spoty v objemu 50GRPs v cílové skupině 15-69 (60% PT) s garantovanou afinitou 0,80 v cílové skupině Ženy 25-45	GRPs	50	14 900,00	745 000,00
Prima Group 11. - 31. 3.	10s reklamní spoty v objemu 200GRPs v cílové skupině 15-69 (60% PT) s garantovanou afinitou 0,80 v cílové skupině Ženy 25-45	GRPs	200	5 200,00	1 040 000,00
PrimetimedMedia 1. 2. - 29. 2.	40s reklamní spoty v rámci minimálně 10 regionálních televizí v regionální síti tv vysílání	Spot	200	1 400,00	280 000,00
PrimetimedMedia 11. - 31. 3.	10s reklamní spoty v rámci minimálně 10 regionálních televizí v regionální síti tv vysílání	Spot	200	550,00	110 000,00
Media planner	Zajištění, správa a vyhodnocení kampaně	Hodina	12	750,00	9 000,00
Produkce	Dodání až 7 spotů OZP do TV vysílání včetně produkce podkladů pro odvysílání veškerého požadovaného plnění	Produkce	1	95 000,00	95 000,00
Celková nabídková cena v Kč bez DPH					6 019 000,00

Poznámky

Doplněný počet hodin u požadované pozice bude odpovídat reálnému rozsahu, potřebnému k zajištění požadovaného plnění.

Timing kampaně: 1. 2. - 31. 3. 2024.

OZP si vyhrazuje právo část poptávané inzerce neobjednat.

OZP požaduje předložení finálního media plánu ke schválení před realizací kampaně.

Cílem kampaně je zvýšit návštěvnost webu www.ozp.cz a zvýšení povědomí značky zdravotní pojišťovny OZP.

OZP dodá podklady v elektronické podobě.

Požadované podklady potvrzující dodané plnění - bude přiloženo jako součást fakturace

TV: postbuy (GRPs, TRPs, afinita, zásah); spotlist z oficiálních dat (Admosphere); záznamy či potvrzení ze stran médií

Závěrečná zpráva/Postbuy bude nedílnou součástí vyhodnocení a zdokumentování dodaného plnění této kampaně OZP

Odhadované parametry kampaně - informativní část k vyplnění:

71,0%	Net reach CS Žena 25-45
72,0%	Net reach CS Matky s dětmi
70,0%	Net reach CS 18+
1 004 000	Projekce CS Žena 25-45
1 386 000	Projekce CS Matky s dětmi
6 040 000	Projekce CS 18+

Cílové skupiny pro mediální komunikaci: primární - žena 25-45 v rolích nastávající matky nebo matky malých dětí nebo matky v rodině; sekundární - OSVČ; chronicky nemocní 55+; 40-60 ovládající internet či mobilní aplikace