

**Nákup reklamy, zajištění monitoringu, PR aktivity, realizace v období únor - září 2024**

Realizační tým			
pozice	předpokládaný počet hodin	jednotková cena v Kč bez DPH*	celková cena za předpokládaný počet hodin v Kč bez DPH
Account manager	120	800,00	96 000,00
PR specialista	880	1 050,00	924 000,00
PRÁCE REALIZAČNÍHO TÝMU - NABÍDKOVÁ CENA BEZ DPH CELKEM			1 020 000,00

Umístění inzerce	Specifikace inzerce pro období: 2024	Jednotka	Počet	Jednotková cena v Kč bez DPH*	Celková cena bez DPH
CNN PRIMA NEWS	Online PR články + překlopení na zeny.iprima.cz	Počet	2	20 000,00	40 000,00
Tištěné tituly	Logo nebo odkaz nebo PR zmínka o OZP v publikacích na téma disease management ve zdravotnictví	Počet	2	20 662,00	41 324,00
INZERCE - NABÍDKOVÁ CENA BEZ DPH CELKEM					81 324,00
PRÁCE REALIZAČNÍHO TÝMU + INZERCE NABÍDKOVÁ CENA BEZ DPH CELKEM					1 101 324,00

**Doplňující informace k zajištění výše uvedeného plnění****Základní informace o zadavateli - OZP**

Pojišťovna OZP vznikla na konci roku 1992, svou činnost zahájila v lednu 1993. Důležitým milníkem byl rok 1999, kdy došlo ke spojení se STAZPO, Stavební zdravotní pojišťovnou. Od roku 2000 tak funguje OZP pod současným názvem a řadí se mezi největší zaměstnanecké zdravotní pojišťovny u nás. OZP, celým názvem Oborová zdravotní pojišťovna bank, pojišťovna a stavebnictví, sídlí v Praze 4, v ulici Roškotova 1225/1. Její číselný kód je 207. S počtem klientů přesahujícím sedm set tisíc se řadí velikostí na čtvrtou příčku v seznamu zdravotních pojišťoven v České republice. Zdravotní pojišťovna OZP má v celé republice 47 poboček.

Podrobnější informace o organizaci, smluvní síti, nabídce klientům a dalších detailech je k dispozici na [www.ozp.cz](http://www.ozp.cz).

**Informace o konkurenci zadavatele**

Na českém trhu operuje v současnosti sedm zdravotních pojišťoven. Vedle OZP jsou to Všeobecná zdravotní pojišťovna (VZP), Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnitra (ZPMV), Česká průmyslová zdravotní pojišťovna (ČPZP), Vojenská zdravotní pojišťovna (VoZP), RBP, zdravotní pojišťovna (RBP) a Zaměstnanecká pojišťovna Škoda (ZPŠ). Dominantním hráčem s největším počtem pojištěnců je VZP, která je zároveň partnerem pro státní a veřejnou správu při jednání o systému zdravotní péče v ČR, úhradové vyhlášce atd. Významnými z pohledu počtu pojištěnců jsou také ZPMV a ČPZP. V ČR jsou pro klienty zdravotních pojišťoven legislativně stanoveny dva přestupní termíny, kdy lze změnit zdravotní pojišťovnu (k 1.1. a 1.7.) s tím, že zažádat o změnu musí pojistitel nejpozději do 31. 3., respektive do 30. 9.

**Popis situace**

Snahou zdravotní pojišťovny OZP je zajistit svým klientům individuální přístup, nadstandardní služby, pocit výjimečnosti a exkluzivity. V souladu s touto strategií investuje OZP dlouhodobě do tvorby reklamních kampaní, inzertního prostoru, eventů a dalších komunikačních nástrojů. Vzhledem ke zvyšující se nárokům klientů veřejného zdravotního pojištění chce zadavatel, dle své marketingové strategie, rozšířit komunikaci o oblast public relations (zejména v souvislosti s vysvětlováním odlišností a unikátností komplexní nabídky služeb zadavatele).

**Předpokládaný rozsah prací pro období únor - září na základě dílčích plánů**

Monitoring, analýza komunikace OZP a ostatních ZP a její vyhodnocení a doporučení pro další PR komunikaci.

Doporučení a definování jednotlivých cílových skupin pro PR komunikaci, stanovení dílčích komunikačních cílů vůči každé z cílových skupin.

Doporučení pro nastavení procesů nutných pro realizaci efektivní PR komunikace ze strany OZP, a to včetně zahrnutí vnitřní struktury OZP.

Doporučení PR strategie a plánu.

Standardní, příp. i krizová PR komunikace ve spolupráci se zadavatelem/OZP.

Distribuce odborných článků a komentářů do médií, komunikace s médii - neplacené PR, tiskové zprávy, placené PR, tiskové konference apod.

Kontaktní agenda s potenciálními strategickými partnery a zástupci veřejné správy.

OZP si vyhraduje právo předpokládaný počet hodin a inzerci čerpat dle předem odsouhlaseného PR/PA plánu.