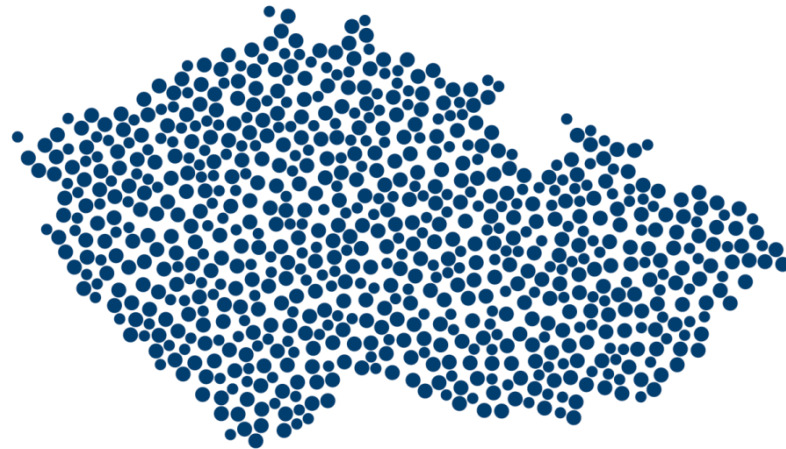




# Karlovarský kraj - kampaň lázně

Výkonová kampaň v Německu

# Strategie a cíle kampaně

Cílem výkonové kampaně v Německu je **přivést maximum relevantních uživatelů na landing page** propagující lázně Karlovarského kraje, představit jim nabídku lázní mimo sezónu (jedné části cílové skupiny) a české lázeňství jako takové (druhé části cílové skupiny).

# Rozpočet kampaně

**Celkový rozpočet kampaně je 1 239 669,- Kč bez DPH (1 500 000 Kč vč. DPH).** Rozpočet je alokován do reklamy na Google, Meta a v síti Teads.

Částka definovaná mediálním plánem je neměnná! **Částka musí být rozprostřena mezi kampaňové země na základě klíče uvedeného v Příloze č. 1 - Mediální plán.**

# Cílová skupina

## **Mladší lidé nepocitující zdravotní omezení ani nutnost lázeňské léčby**

Lidé starší 25 let primárně se zájmem o cestování, zdravý životní styl, wellbeing apod. bez ohledu na to, jestli cestují sami, s přáteli či rodinou, autem či letadlem.

Jedná se o lidi střední a vyšší třídy, kteří si rádi užívají kvalitnějších služeb.

## **Stávající uživatelé lázní**

Lidé, kteří znají lázeňský ekosystém, popř. české/západočeské lázně.

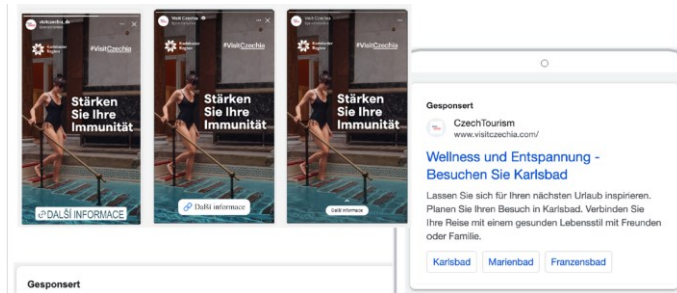
Vědí, co chtějí, nemusíme je tedy o ničem přesvědčovat.

# Kreativa kampaně

Dodavatel dostane veškeré podklady pro kampaň na Meta a Teads. K dispozici budou tyto formáty: 1.200 x 1.200 px, 1.080 x 1.350 px, 1.080 x 1.920 px. Ve všech případech se jedná o statické vizuály v JPG nebo PNG v německém jazyce.

Příprava formátů pro reklamu ve vyhledávání na Google je plně v režii Dodavatele. Překlad do německého jazyka textových inzerátů zajistí Dodavatel, popř. v případě vzájemné dohody Zadavatel.

Ilustrační kreativy kampaně:



# Definice reklamy ve vyhledávání Google

## Reklama s optimalizací na CPC (návštěvnost)

Nákupní jednotkou je 1 klik.

Touto reklamou oslovujeme cílovou skupinu “Stávající uživatelé lázní”.

Dodavatel je povinen **používat klíčová slova, která obsahují** některá z uvedených klíčových slov: **lázně, spa, wellness, relax** apod. **Úkolem kampaně není přesvědčit lidi, kteří hledají konkrétní hotel** o nabídce lázeňských pobytů, ale takové uživatele, kteří hledají obecnější výrazy související s lázeňstvím, o mimosezónní nabídce lázní Karlovarského kraje.

Jak klíčová slova, tak i reklamy podléhají schválení Zadavatelem.

Dodavatel může používat **klíčová slova i reklamy v němčině a dalších jazycích** používaných v daných oblastech.

# Definice reklamy ve vyhledávání Google

Dodavatel je povinen poskytnout Zadavateli přístup do reklamního systému Google Ads a po skončení kampaně převést vlastnictví účtu na vybranou emailovou adresu Zadavatele.

Dodavatel je povinen využívat **primárně vyhledávací síť Google**.

**Cílem kampaně je přivést na web max. kvalitní návštěvnost**, která je definována takto:

## **Visitczechia.com**

- average engagement time > 00:01:05
- engagement rate > 60 %

Pro její zajištění je možné použít dostupných strategií cílení vč. snížení dosahu reklamy v mobilních zařízeních.

# Definice Meta reklamy

## Reklama s optimalizací na CPC (Link Clicks)

Nákupní jednotkou je 1 klik.

Touto reklamou oslovujeme cílovou skupinu “Mladší lidé nepociťující zdravotní omezení ani nutnost lázeňské léčby”.

Dodavatel je povinen správně využívat dostupné metody cílení: dle sociodemografie, zájmů/témat apod., vč. remarketingu tak, aby co nejlépe odpovídala cílové skupině. Nesplnění této povinnosti při správě kampaně je důvodem pro uložení smluvní pokuty (viz podmínky uvedené ve Smlouvě).

Pro potřeby kampaně lze kreativně využívat libovolné reklamní formáty nabízené danou platformou za předpokladu, že je Dodavatel schopen poskládat je z dodaných podkladů.

Dodavatel je povinen doložit počet impresí a kliků z reklamního systému Facebook Ads a poskytnout přístup Objednateli (skrze Business Manager). Účet musí zůstat dostupný i po skončení kampaně.

# Definice Meta reklamy

**Cílem kampaně je přivést na web max. kvalitní návštěvnost, která je definována takto:**

## **Visitczechia.com**

- average engagement time > 00:00:30
- engagement rate > 50 %

Pro její zajištění je možné použít dostupných strategií cílení vč. snížení dosahu reklamy v mobilních zařízeních.

# Definice reklamy v síti Teads

## Reklama s optimalizací na CPC

Nákupní jednotkou je 1 klik.

Touto reklamou oslovujeme cílovou skupinu “Mladší lidé nepocitující zdravotní omezení ani nutnost lázeňské léčby”.

Dodavatel je povinen správně využívat dostupné metody cílení: dle sociodemografie, zájmů/témat apod., vč. remarketingu tak, aby co nejlépe odpovídala cílové skupině. Nesplnění této povinnosti při správě kampaně je důvodem pro uložení smluvní pokuty (viz podmínky uvedené ve Smlouvě).

Pro potřeby kampaně lze kreativně využívat libovolné reklamní formáty nabízené danou platformou za předpokladu, že je Dodavatel schopen poskládat je z dodaných podkladů.

Dodavatel je povinen doložit počet impresí a kliků z reklamního systému Teads Ads Manager a poskytnout přístup Objednateli (skrže jeho vlastní TAM účet). Účet musí zůstat dostupný i po skončení kampaně.

# Definice reklamy v síti Teads

**Cílem kampaně je přivést na web max. kvalitní návštěvnost, která je definována takto:**

## **Visitczechia.com**

- average engagement time > 00:00:35
- engagement rate > 50 %

Pro její zajištění je možné použít dostupných strategií cílení vč. snížení dosahu reklamy v mobilních zařízeních.

# Komunikační kanály

Jako cílovým místem kampaně bude landing page na webových stránkách Visit Czechia:  
<https://www.visitczechia.com> v příslušné jazykové mutaci.

Ilustrační landing page: <https://www.visitczechia.com/de-de/campaigns/spas-karlsbad-karlovy-vary-region>

K webovým stránkám dostane Dodavatel přístup do Google Analytics, případně i Google Tag Manageru pro nastavení správného měření.

# Časový harmonogram kampaně

| Kanál                            | Září<br>2024 | Říjen<br>2024 | Listopad<br>2024   | Prosinec<br>2024 |
|----------------------------------|--------------|---------------|--------------------|------------------|
| Reklama ve vyhledávání<br>Google |              |               | <b>Kampaň 2024</b> |                  |
| Reklama v síti Teads             |              |               |                    |                  |
| Reklama na Meta                  |              |               |                    |                  |

# Mediaplán

**Peníze mezi jednotlivými řádky mediaplánu nelze přesouvat bez souhlasu Objednatele!**

**Výsledná odměna Dodavatele nesmí po splnění počtu garantovaných jednotek přesáhnout 25 %.**

Nesplnění této povinnosti při správě kampaně je důvodem pro uložení smluvní pokuty (viz podmínky uvedené ve Smlouvě).

# Ukončení kampaně

**Objednatel předpokládá, že veřejná zakázka bude splněna nejpozději do 23. prosince 2024.  
Fakturace však musí proběhnout nejpozději k 15. prosinci 2024.**

## **Ukončením kampaně se rozumí:**

Doručení garantovaného objemu jednotek specifikovaných v mediálním plánu, který bude přílohou Smlouvy,  
Odevzdání závěrečné zprávy kampaně dle Smlouvy (dle termínů specifikovaných ve smlouvě),  
Vypořádání fakturace kampaně.

Závěrečná zpráva může být ze strany Objednatele vrácena k dopracování (viz podmínky uvedené ve Smlouvě).