

Příloha č. 2: Podmínky pro zpracování díla

Název veřejné zakázky: Realizace marketingové kampaně

Předmětem veřejné zakázky je marketingová kampaň, která bude propagovat nově vzniklý produkt cestovního ruchu KRÁLOVÉHRADECKO rozmanité, a rozšiřovat povědomí o možnostech výletů v Královéhradeckém kraji. Marketingová komunikace bude zaměřena na všechny stanovené cílové skupiny:

- rodiny s malými dětmi (25-44 let, s dětmi 0-5 let) – důležité vhodné aktivity pro děti, rodinné akce, vhodné stravovací možnosti, jednoduchý přístup a dostupná doprava, zážitky pro děti, kratší výlety po okolí, edukační zážitky;
- rodiny s teenagery (25-44 let, s dětmi 6-17 let) – pestrá paleta zážitků, možné delší výlety, zájem o místní kulturu, umění, kulturní akce;
- aktivní turisty i cykloturisty – objevují, hledají intenzivní zážitky, schopni překonávat delší vzdálenosti, zájem o gastro, poznávání různých kultur;
- čtyřicátníky, padesátníky s prázdnými hnízdy (45-60 let) – jsou ochotni utratit více peněz za netradiční zážitky a relaxaci, vyhledávají wellness a pohodu, ale na druhou stranu chtějí intenzivní prožitky, zájem o přírodu a venkovní aktivity;
- aktivní seniory 60+ - vyhledávají klidné a relaxační destinace, důležité je pro ně zdraví a pohoda, zájem o lázně, wellness, ale i dostupnost, vyhledávají netradiční zážitky, komentované prohlídky, tematické okruhy, návštěvy galerií, muzeí, starobylých měst a tradičních akcí;

a bude klást důraz na udržitelnost a společenskou odpovědnost destinace. Projekt cílí nejenom na skupinu domácího cestovního ruchu, ale také na zahraniční návštěvníky, především z Polska, Německa a Slovenska.

V rámci marketingové kampaně budou realizovány následující aktivity:

- online a bannerová kampaň, která bude vedena na GoogleAds KHKCCR a Sklik zadavatele a propojena s GoogleAnalytics a GAS účtem zadavatele včetně pravidelného vyhodnocení
- zahrnuje vytvoření bannerů pro jednotlivé inspirativní programy dle jejich zaměření (8 inspirativních programů na témata: přírodní, řemeslné, kulturní, literární, aktivní, poutnické, pohádkové, bezbariérové). Součástí kampaně bude nastavení parametrů, cílení a její správa (za účelem zvýšení povědomí o produktu a destinaci)
- propagace online bannerové kampaně na sociálních sítích (Facebook, Instagram)
- PR články v online médiích (nejnavštěvovanější portály) + jejich tvorba
- PR články v tištěných médiích (nejčtenější periodika) + jejich tvorba
- pro přilákání turistů z Prahy a blízkého okolí využití inzerce v metru v Praze, konkrétně se bude jednat o plakáty velikosti B1 podél eskalátorů ev. doplněné o LED panely (případně kombinace)
- pro oslovení turistů z jiných krajů využití inzerce v MHD v Brně (ve vozech nebo LED panely)

Každý výstup bude schválen zadavatelem před jeho publikací.

Návrh rozpočtu marketingové kampaně

Marketing a PR produktu	Termín realizace	Poznámka	Cíle (minimum prokliků/procent)
On-line kampaň CZ, PJ, NJ + Slovensko	2025 (jaro + podzim – celkem 5 měsíců)	cca 70% z celkových nákladů (maximálně 100 tis. Kč bez DPH na online PR články a online reklamu na produkt)	CZ CTR min. 1%
- Sociální sítě (FB + IG)			PL CTR min. 1%
- Google Ads + Sklik			NJ CTR min. 1%
			Slovensko CTR min. 1%
Online – PR články + tvorba	2025		FB CTR min. 1%
Online – reklama na produkt – skyscraper + branding			IG CTR min. 1%
			CTR min. 1%
			Prokliky bannerů min. 1000
			Zobrazení článků min. 1000
Tisk – PR články + tvorba	2025	cca 5% z celkových nákladů	2-3 články v min. 2 periodických se čteností alespoň 150 000 čtenářů
Metro Praha	2025 (min. 3 týdny v dubnu mimo Velikonoce)	cca 25% z celkových nákladů	
MHD Brno	2025 (min. 14 dní v září)		

Online kampaň bude ze 40 % cílit na zahraniční trhy – Slovensko (jižní + střední), Německo (přihraničí + Lipsko, Drážďany a Berlín) a Polsko (Dolnoslezské a Opolské vojvodství + Varšava, Katowice a Krakov) v rovnoměrném rozložení pomocí bannerové kampaně Google Ads a prostřednictvím FB a IG.

Kompletní náklady na správu kampaně nesmí přesáhnout 35 % z celkové ceny veřejné zakázky bez DPH. Minimální hodnota veškerého plnění marketingové kampaně musí být alespoň 600 000 Kč bez DPH. Správa kampaně, tvorba bannerů a PR článků není součástí této částky.

Dílní úkony předmětu plnění:

- příprava vizuálu bannerů – grafické ztvárnění ve dvou odlišných verzích, ze kterých si zadavatel vybere jedno, které se následně dopravuje. Do finální verze bude pro českou jazykovou mutaci zpracováno 9 variant, rozlišených fotograficky a textem, které budou dále upraveny pro jazykové mutace NJ a PJ. Vizuál musí graficky a obsahově respektovat vizuální styl brandu produktu cestovního ruchu (zadavatel dodá před začátkem realizace zakázky) a také logomanuál zadavatele ([logomanuál Královéhradecké krajské centrály](#)) a [povinná publicita NPPCRR](#);
- produkce podkladů pro média;
- po cca měsíci po nasazení bannerů bude provedena jejich revize a případně úprava bannerů či jejich zacílení
- příprava technického měření a vyhodnocování kampaně – instalace a nastavení nástrojů, zejména Google Analytics;
- kampaně budou vedeny na GoogleAds KHKCCR a propojeny s GoogleAnalytics a GAS účtem zadavatele a budou navázány na výše specifikované cílové skupiny dle věku
- nákup mediálního prostoru pro realizaci marketingové kampaně;
- průběžné vyhodnocování kampaní pro zadavatele prostřednictvím krátkých reportů (měsíčně) rozdělené podle cílových skupin
- závěrečné zhodnocení kampaně – fyzický report obsahující všechny naměřená data o běhu kampaně jak na straně médií, kde byla reklama uskutečněna, tak na straně zadavatele (bude obsahovat data z nástroje Google Analytics, do kterého bude mít zadavatel vlastní přístup, dále pak tabulky se všemi realizovanými kampaněmi a u každé kampaně uvedeny hodnoty: CPT,

Královéhradecká krajská centrála cestovního ruchu

CTR, počet kliků, počet impresí, CPC, prezentaci či dokument s naměřenými výsledky a slovním hodnocením průběhu a závěru kampaně)

- péče o běžící kampaň – reakce a interakce na spuštěnou PPC kampaň nejpozději do tří dnů (FB, IG, Sklik, Google)

Konkrétní požadavky na vizualizaci:

- bannery pro Facebook a Instagram reklamu velikostně přizpůsobené pro reklamu na FB a IG: 1200x1200, JPG, maximální velikost souboru 3 MB, minimální výška 600px, minimální šířka 600px. Případně ve velikosti 1920x1080 (story). Dodané ve třech jazykových mutacích: CZ, DE, PL;
- bannery pro display RTB reklamu velikostně přizpůsobené pro RTB reklamu: 970x250, 970x220, 480x300, 728x90, 300x250, 300x600, o velikosti maximálně 100 kB. Dodané ve třech jazykových mutacích: CZ, DE, PL;
- podkladová propagační videa a fotografie dodá zadavatel VZ.

Termín realizace cca od března do října 2025 mimo měsíce letních prázdnin, tedy mimo hlavní turistickou sezónu.

Předpokládaný termín zahájení on-line kampaně: 1. 3. 2025.

Předpokládaný termín ukončení on-line kampaně: 30. 9. 2025.

Termín pro dokončení a předání díla včetně závěrečného zhodnocení je stanoven na 26. 10. 2025.

Pozn.: Cena Díla je splatná v jedné platbě na základě faktury vystavené Zhotovitelem po vzniku práva Zhotovitele na zaplacení ceny za Dílo. Tato faktura je splatná ve lhůtě 30 dnů ode dne jejího doručení Objednateli.

Povinná publicita

Výstupy zakázky jsou pořizovány a vytvořeny za přispění dotace Ministerstva pro místní rozvoj, proto musí být minimálně po dobu relevantní udržitelnosti akce viditelně a nesmazatelně označeny informací o přispění veřejných prostředků na jejich pořízení. Popisky musí obsahovat logo Ministerstva pro místní rozvoj ČR a text: *"Projekt „Marketing destinace a tvorba produktu v Královéhradeckém kraji“ byl realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj ČR“.*

Poznámka: Oficiální logo a Logo manuál je k dispozici na adrese <http://www.mmr.cz>.