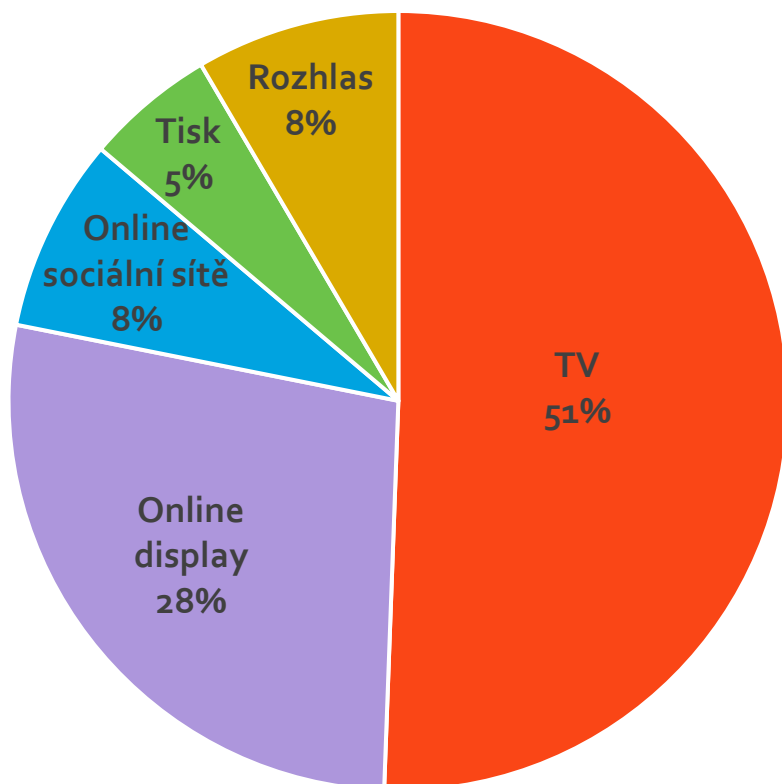


Podpora konzumace sladkovodních ryb



Rozdělení rozpočtu



Mediatyp	Kč
TV	5 654 880
Online display	3 039 500
Online sociální sítě	900 000
Tisk	640 000
Rozhlas	945 000
Celkem	11 179 380

Timing

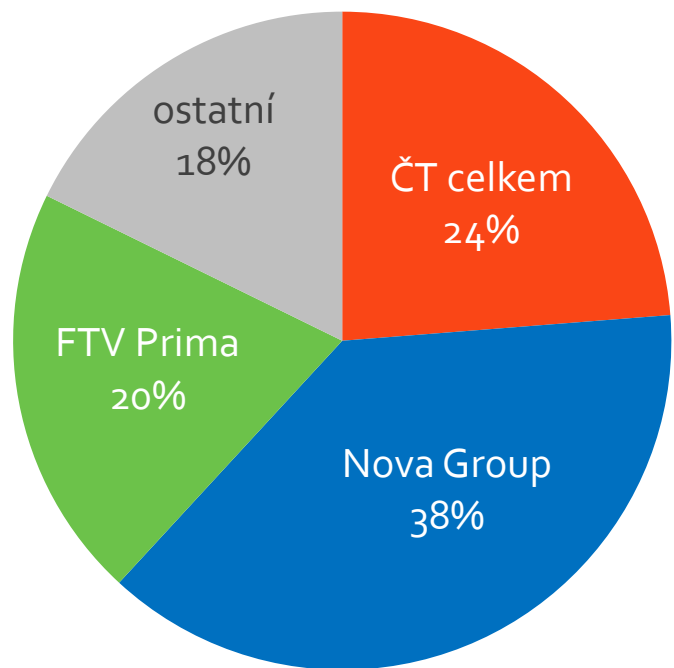
	leden	únor	březen	duben	květen	červen	červenec	srpen	září	říjen	listopad	prosinec
rok 2025												
TV			12-31/3									
tisk												
rozhlas			31/3-11/4									
online display			17/3-27/4									
social												

- První částí kampaně bude TV kampaň s cílem vybudovat základní široké povědomí.
- Po týdnu doplní TV kampaň online formáty v počátku především ty s vysokou vizibilitou (videoreklama doplňující TV spoty v rámci oslovení mladší cílové skupiny a brandingy)
- V posledním týdnu TV kampaně pak přidáme rozhlasové spoty, které napomohou dosažení vyšší frekvence kontaktů s reklamou
- Tisková reklama s hlavním vizuálem bude doplněna v druhé části první vlny, kdy většina cílové skupiny již bude seznámena se sdělením z dalších mediatypů
- Tisk spolu s online médií bude tvořit rovněž druhou vlnu kampaně s cílem připomenout sdělení v průběhu září
- Kontinuálně od března do listopadu pak bude nasazena podpora na sociálních sítích

TV

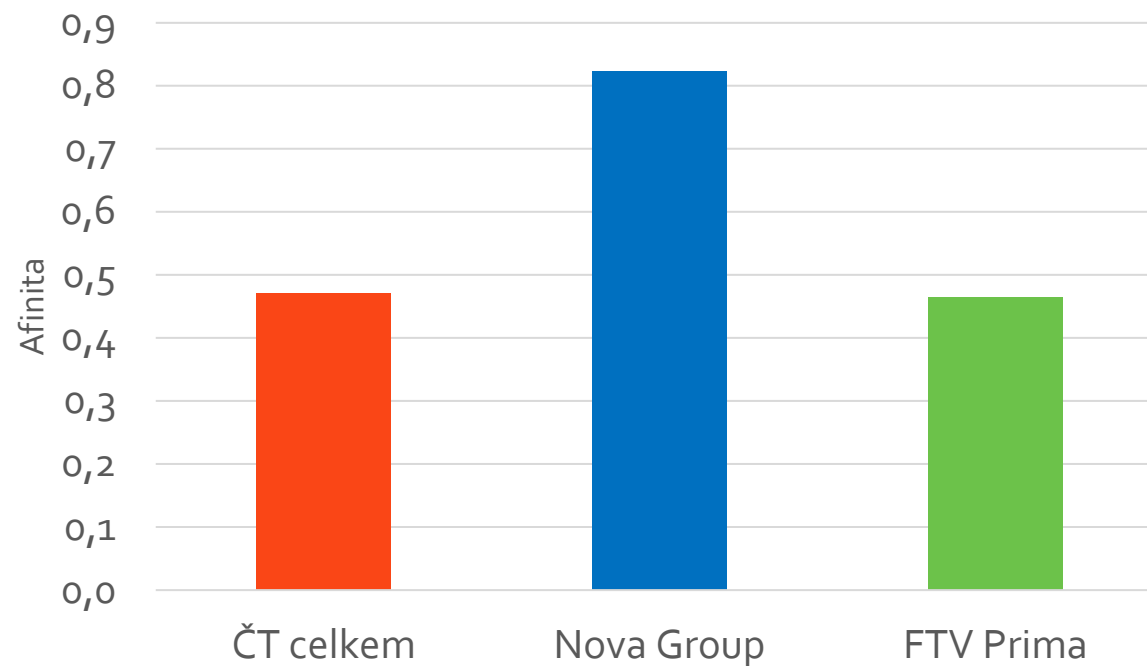


Podíl TV skupin



Zdroj: ATO – Nielsen , leden 2025, CS: HW 25-45 let, ABC

Afinita TV skupin (referenční CS: 15+)

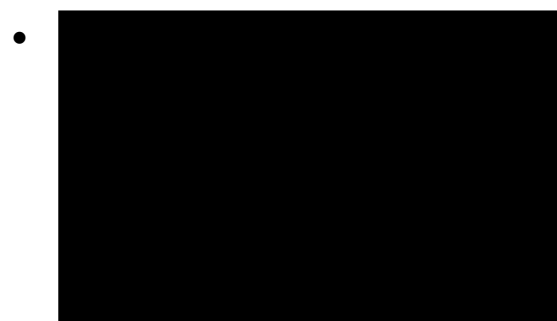
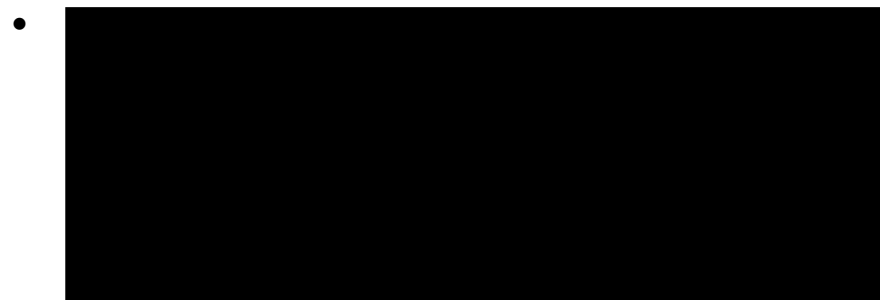


Zdroj: ATO – Nielsen , leden 2025, CS: HW 25-45 let, ABC

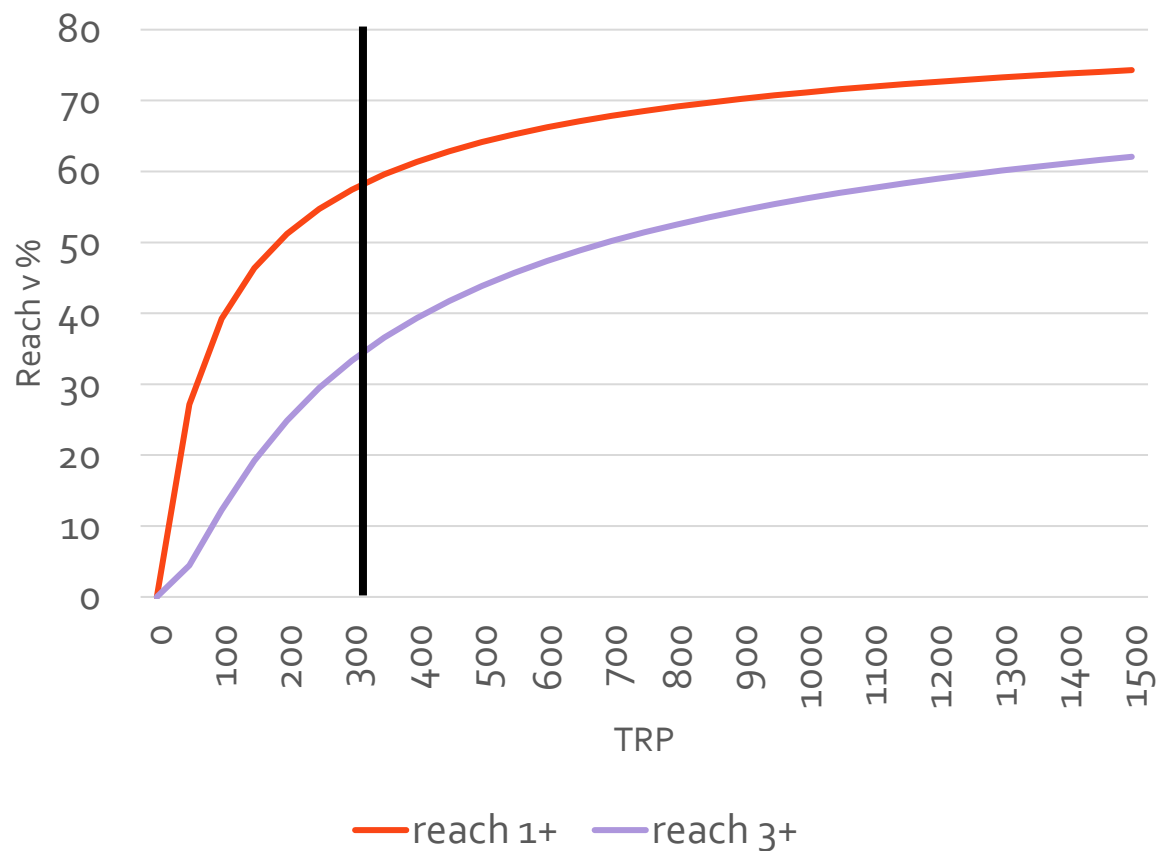
TV



- V rámci TV kampaně využijeme 15" spotu, což nám umožní úsporu finančních prostředků v cenově dražším měsíci
- Vzhledem k rozsahu kampaně využijeme pouze jednu skupinu stanic a to Nova Group



Reach v závislosti na síle kampaně



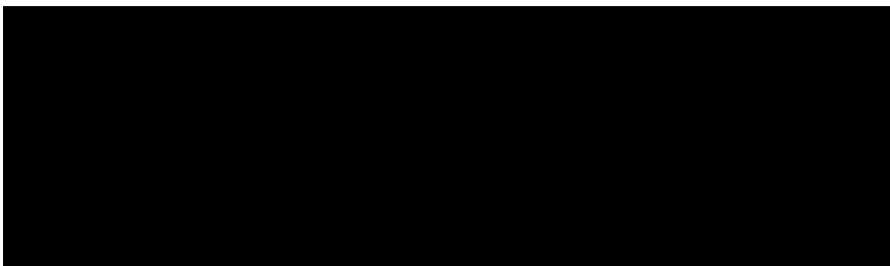
Rozhlas

- Rozhlas bude v rámci kampaně využit jako doplnění a prodloužení TV kampaně s cílem zvýšení frekvence kontaktů
- Vzhledem k rozpočtu a cílení kampaně omezení rozpočtu využijeme kombinace nejsilnějších regionálních stanic, která přinese dostatečně silný zásah ve všech krajích České republiky.
 - Hitrádio City 93.7
 - Hitrádio City Brno
 - Hitrádio Faktor
 - Hitrádio North Music
 - Hitrádio Contact
 - Hitrádio Černá Hora
 - Hitrádio FM Plus
 - Hitrádio Orion
 - Hitrádio Vysočina
 - Hitrádio Zlín

	31.III	01.IV	02.IV	03.IV	04.IV	05.IV	06.IV	07.IV	08.IV	09.IV	10.IV	11.IV	12.IV	13.IV
Hitrádio City 93.7	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio City Brno	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio Faktor	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio North Music	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio Contact	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio Černá Hora	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio FM Plus	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio Orion	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio Vysočina	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		
Hitrádio Zlín	12	12	10	10	6			9	9	8	8	6		

Rozhlas

-



- Parametry kampaně
 - Stopáž 15"
 - TRP 88
 - Reach 1+ 11,17 %
 - Reach 3+ 9,41 %
 - Průměrná frekvence 7,9

Stanice	Region	Časové pásmo
Hitrádio City 93.7	Praha	06:00 - 09:00
Hitrádio City 93.7	Praha	09:00 - 12:00
Hitrádio City 93.7	Praha	12:00 - 15:00
Hitrádio City 93.7	Praha	15:00 - 18:00
Hitrádio City Brno	Jihomoravský kraj	06:00 - 09:00
Hitrádio City Brno	Jihomoravský kraj	09:00 - 12:00
Hitrádio City Brno	Jihomoravský kraj	12:00 - 15:00
Hitrádio City Brno	Jihomoravský kraj	15:00 - 18:00
Hitrádio Faktor	Jihočeský kraj	06:00 - 09:00
Hitrádio Faktor	Jihočeský kraj	09:00 - 12:00
Hitrádio Faktor	Jihočeský kraj	12:00 - 15:00
Hitrádio Faktor	Jihočeský kraj	15:00 - 18:00
Hitrádio North Music	Ústecký kraj	06:00 - 09:00
Hitrádio North Music	Ústecký kraj	09:00 - 12:00
Hitrádio North Music	Ústecký kraj	12:00 - 15:00
Hitrádio North Music	Ústecký kraj	15:00 - 18:00
Hitrádio Contact	Liberecký kraj	06:00 - 09:00
Hitrádio Contact	Liberecký kraj	09:00 - 12:00
Hitrádio Contact	Liberecký kraj	12:00 - 15:00
Hitrádio Contact	Liberecký kraj	15:00 - 18:00
Hitrádio Černá Hora	Královéhradecký a Pardubický kraj	06:00 - 09:00
Hitrádio Černá Hora	Královéhradecký a Pardubický kraj	09:00 - 12:00
Hitrádio Černá Hora	Královéhradecký a Pardubický kraj	12:00 - 15:00
Hitrádio Černá Hora	Královéhradecký a Pardubický kraj	15:00 - 18:00
Hitrádio FM Plus	Přízeňský a Karlovarský kraj	06:00 - 09:00
Hitrádio FM Plus	Přízeňský a Karlovarský kraj	09:00 - 12:00
Hitrádio FM Plus	Přízeňský a Karlovarský kraj	12:00 - 15:00
Hitrádio FM Plus	Přízeňský a Karlovarský kraj	15:00 - 18:00
Hitrádio Orion	Moravskoslezský a Olomoucký kraj	06:00 - 09:00
Hitrádio Orion	Moravskoslezský a Olomoucký kraj	09:00 - 12:00
Hitrádio Orion	Moravskoslezský a Olomoucký kraj	12:00 - 15:00
Hitrádio Orion	Moravskoslezský a Olomoucký kraj	15:00 - 18:00
Hitrádio Vysočina	Vysočina	06:00 - 09:00
Hitrádio Vysočina	Vysočina	09:00 - 12:00
Hitrádio Vysočina	Vysočina	12:00 - 15:00
Hitrádio Vysočina	Vysočina	15:00 - 18:00
Hitrádio Zlín	Zlínský kraj	06:00 - 09:00
Hitrádio Zlín	Zlínský kraj	09:00 - 12:00
Hitrádio Zlín	Zlínský kraj	12:00 - 15:00
Hitrádio Zlín	Zlínský kraj	15:00 - 18:00
Celkem		

Online

- **Plánované formáty**

- Videoreklama doplní televizní kampaň v procesu posilování značky. Videoobsahem oslovíme převážně mladší cílové skupiny, u nichž je zásah TV reklamou obtížný a cenově neefektivní. Současně má však videoreklama významnou roli v rámci edukace.
- Branding budou doplňkem kampaně na posílení značky. Jejich umístění na nejvýznamnějších portálech dodá kampani intenzitu a u cílové skupiny vyvolá pocit velmi silné kampaně.
- Menší bannerové formáty budou v rámci kampaně nasazovány tak, aby získávaly relevantní prokliky

Médium	Formát	Jednotka			
Kategorie zpravodajské weby a vyhledávače (přímý nákup u poskytovatelů, ne prostřednictvím nákupních platform), podíl	banner branding	CPC*			
	banner min. 60 000px	CPC*			
	video pre roll	CPT**			
Celkem					3 039 500,00

Online

- V rámci kampaně budou využity pro každý formát zpravodajské portály minimálně 3 provozovatelů
- Kombinace bude optimalizována v průběhu kampaně tak abychom dosáhli co nejširšího zásahu online kampaně
- Předpokládaný zásah kampaně
 - 2 000 000 unikátních uživatelů
- Předpokládaná průměrná frekvence
 - 6 kontaktů s reklamou

Přehled zpravodajských portálů

Media channel	Real users
novinky.cz	4 504 632
seznamzpravy.cz	4 430 800
denik.cz	3 859 504
idnes.cz	3 151 104
iprima.cz	2 908 224
tn.cz	2 730 200
echo24.cz	2 198 328
aktualne.cz	2 001 560
drbna.cz	1 965 392
forum24.cz	1 943 128
blesk.cz	1 466 784
extra.cz	1 340 592
irozhlas.cz	1 327 744
ceskenoviny.cz	1 267 288
ceskatelevize.cz	1 175 856
lidovky.cz	843 480
hn.cz	798 600
nasregion.cz	707 608
reflex.cz	561 440
ekolist.cz	326 744
tydenikpolicie.cz	308 880
Zpravodajství	147 400
wn24.cz	127 864

Sociální sítě

- Plánované formáty

- promovaný post
 - 2 475 000 impresí
- promovaný post (darkpost)
 - 4 965 000 impresí
- prokliky ze sociálních sítí a PPC reklamy
 - 13 504 prokliků
- video spot
 - 6 664 000 impresí

2025	Formát				
leden					
únor					
březen	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
duben	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
květen	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
červen	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
červenec	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
srpen	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
září	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
říjen	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
listopad	promovaný post				
	promovaný post (darkpost)				
	proklik				
	video spot				
prosinec					
Celkem		900000			



Sociální sítě

- **V rámci sociálních sítí bude využito 4 pilířů:**
 - **Propagace příspěvků** - ve formátu klasického feedu
 - **Propagace darkpost metodou** – větší flexibilita formátu (Stories, Reels, Carousel / Rotující formát) napříč sítěmi Facebook / Instagram
 - **Video spot** – doručení formou videa pro pokrytí celé škály umístění
 - **Influenceri** – využití různých influencerů pro pokrytí čím dál rostoucího trendu customizované reklamy skrze tvůrce přizpůsobené publiku, afinitní vůči tématu i cílové skupině. Vybrali jsme 3 influencers, kteří svými parametry dosahu příspěvků splňují naše kritéria. Každý z nich vypublicuje v daném období 2 sady reklamních formátů, tedy post/ reels a sada stories s min 3 framy.
 - **Využití PPC** – v případě příliš vysoké frekvence bude využito PPC formátu k efektivnějšímu pokrytí

Sociální sítě

- Využito bude cílení jak na dosah (reach) tak na míru zobrazení, aby bylo dosaženo nejlépe obou cílů – největšího zásahu a zapamatovatelnosti sdělení
- Kombinací celé škály umístění a různých optimalizací bude dosaženo efektivní frekvence pro dané sdělení nehledě na fakt, na které síti (Facebook / Instagram) či umístění (feed, reels, stories) budou unikátní uživatelé trávit čas a to díky možnosti Centra účtů – tedy možnosti rozpoznání pomocí nástrojů Meta o jakého unikátního uživatele se na jaké platformě jedná

Sociální sítě

- Intenzita klesá ke konci listopadu a v prosinci bude již jen organicky z důvodů přicházejících vánoc a změny vnímání cílové skupiny kontextu konzumace ryb
- Jednotlivé kampaně budou průběžně optimalizovány dle výkonnosti, jak na úrovni kreativ, tak na úrovni umístění a typu cílení

Tisk

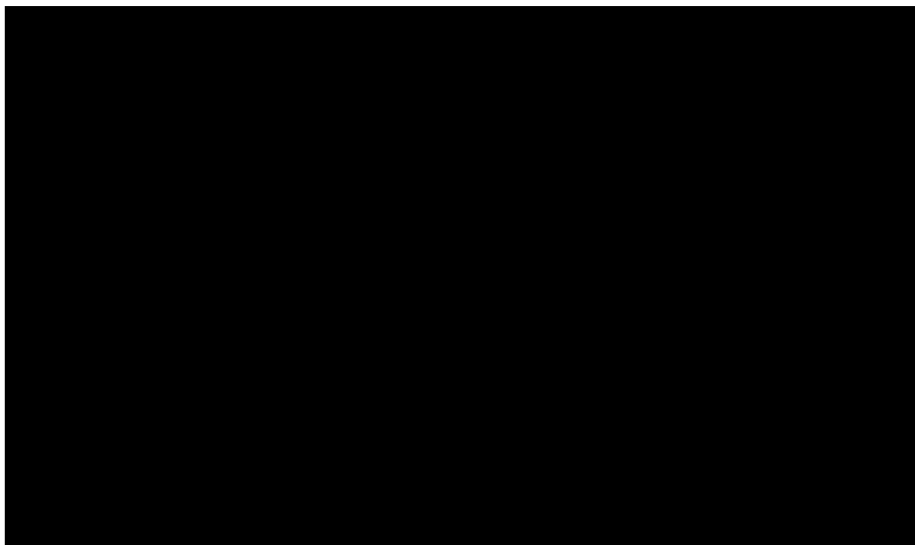


- Plánovaný formát 1/2 strany
- Plánovaná edukativní kampaň v návaznosti na TV kampaň
- Kombinace je optimalizovaná s cílem maximálního zásahu
 - Suplementy nejčtenějších deníků
 - Blesk magazín, Aha TV, Magazín DNES, ONA DNES, TV magazín, Deník Ženy, Deník Zdraví
 - Časopisy pro ženy a společenské časopisy
 - Nejširší možná kombinace titulů maximalizující zásah cílové skupiny
 - Blesk pro ženy, Tina, Žena a život

	07.IV	14.IV	21.IV	08.IX	15.IX
Blesk magazín	x			x	
Aha TV		x			x
Magazín DNES	x			x	
ONA DNES		x			x
TV magazín		x			x
Deník Ženy	x				
Deník Zdraví			x		
Blesk pro ženy			x		x
Tina			x		
Žena a život			x		

Tisk

-



- Parametry kampaně
 - TRP 157
 - Reach 1+ 30,80 %
 - Reach 3+ 5,28 %
 - Průměrná frekvence 4,9

Tiul	
Blesk magazín TV	
Aha! TV	
Magazín DNES + TV	
Ona DNES	
TV magazín	
Deník ŽENY	
Deník Zdraví	
Blesk pro ženy	
Tina	
Žena a život	
Celkem	1 780,2

Zdroj: MEDIA PROJEKT 2024 1. - 4. kvartál (01.01.2024 - 17.12.2024)

Realizace a vyhodnocení kampaně

Pozice	Popis práce	Jednotka			
Account manager	pravidelná komunikace se zadavatelem, organizace týmu, administrativní činnost	hodina			
Media planner	tvorba ročních i taktických mediálních plánů	hodina			
Media buyer (TV, online, SOME, ostatní média)	zajištění optimálního nákupu mediálních ploch, zajištění technických parametrů, dodávka podkladů do médií a zajištění zpětného vyhodnocení	hodina			
Media Analytik	analýza cílových skupin, oborových a mediálních dat pro potřeby mediálních plánů, post buy analýzy a doporučení	hodina			
Celkem				296,00	191 200,00