

Nákup reklamního prostoru dle níže uvedeného media plánu v období 1. 8. - 30. 9. 2025

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 - srpen	30s reklamní spoty v objemu 50GRPs v aktuální nákupní cílové skupině (ta je vždy zveřejněna na webu Nova Group); 40 % PT+20 % SPT, garantovaná afinita 1,2 v cílové skupině Ženy 25-45.	GRPs	50	20 600,00	1 030 000,00
Prima Group - srpen	30s reklamní spoty v objemu 40GRPs v aktuální nákupní cílové skupině (ta je vždy zveřejněna na webu Media Club); 60 % PT; garantovaná afinita 0,65 v cílové skupině Ženy 25-45.	GRPs	40	20 400,00	816 000,00
Nova Group - září	10s reklamní spoty v objemu 350GRPs v aktuální nákupní cílové skupině (ta je vždy zveřejněna na webu Nova Group); 40 % PT+20 % SPT, garantovaná afinita 1,2 v cílové skupině Ženy 25-45.	GRPs	350	7 800,00	2 730 000,00
Prima Group - září	10s reklamní spoty v objemu 180GRPs v aktuální nákupní cílové skupině (ta je vždy zveřejněna na webu Media Club); 60 % PT; garantovaná afinita 0,65 v cílové skupině Ženy 25-45.	GRPs	180	7 200,00	1 296 000,00
Radiohouse TOTAL	20s reklamní spoty s nasazením po-pá vždy v čase: 06-09: 2x + 09-12: 2x + 12-15: 2x + 15-18: 2x tzn. 8 spotů za 1 den / 40 spotů za týden.	Spot	56	10 800,00	604 800,00
Media planner	Zajištění, správa a vyhodnocení kampaně.	Hodina	24	900,00	21 600,00
Produkce	Dodání až 7 spotů OZP do TV vysílání včetně produkce podkladů pro odvysílání veškerého požadovaného plnění; dodání až 2 spotů do radio vysílání včetně produkce podkladů pro odvysílání veškerého požadovaného plnění.	Produkce	1	100 000,00	100 000,00
Celková nabídková cena v Kč bez DPH					6 598 400,00

Poznámky

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

Timing kampaně: **30"** Image 25. - 31. 8. 2025; **10"** produktové 8. 9. - 30. 9. 2025; radio: 22. - 30. 9. 2025.

OZP si vyhrazuje právo část poplácované 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.

Radio - výpis spotů potvrzený dodavatelem; výjezd z oficiálních dat (např. AdMosphere - Ad Intel data); záznamy či potvrzení ze stran médií.

Ostatní: Potvrzení dodavatelů, fotodokumentace či jiná doložení dodaného plnění.

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

Odhadované parametry kampaně - informativní část k vyplnění:

59,0%	Net reach CS Žena 25-45
55,0%	Net reach CS Matky s dětmi
71,0%	Net reach CS 18+
661 390	Projekce CS Žena 25-45
898 700	Projekce CS Matky s dětmi
5 586 280	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.