

Divadlo v Dlouhé

Dlouhá 727/39, 110 00 Praha 1

IČO: 00064343

DIČ: CZ00064343

ID dat. schránky: d5983un

Objednávka č. 2026/440028

Klotylda Marková

Adresa: Vratislavova 12, 128 00 Praha 2

IČO 88306747

peněžní ústav: UniCredit Bank

číslo účtu:

neplátce DPH

Objednáváme si tímto u Vás realizaci zakázky:

PRÁCE S PUBLIKEM: VYHLEDÁVÁNÍ, OSLOVENÍ A ROZVOJ ARTOVÉHO PUBLIKA DIVADLA V DLOUHÉ**1. Předmět plnění**

Návrh a pilotní realizace systému práce s artovým publikem divadla s cílem vytvořit přenositelný model a know-how pro dlouhodobé využití obchodním oddělením. Plnění zahrnuje zejména:

- analýzu a segmentaci stávajícího a potenciálního artového publika,
- návrh konkrétní nabídky a cenové politiky pro jednotlivé segmenty,
- zpracování komunikační strategie a pilotní oslovení vybraných skupin
- zpracování manuálu práce s artovým publikem a jeho předání obchodnímu oddělení
- závěrečné vyhodnocení a doporučení pro další rozvoj.

Podrobná specifikace rozsahu prací tvoří přílohu této objednávky.

2. Termín plnění

Realizace zakázky proběhne v období březen – červen 2026, s předáním výstupů obchodnímu oddělení nejpozději do 26. 6. 2026.

3. Odměna

Odměna za realizaci zakázky je stanovena v celkové výši 60.000 Kč a splatná na základě faktury dodavatele ve třech splátkách á 20.000 Kč vždy na konci kalendářních měsíců duben, květen a červen 2026.

V Praze dne 1. 3. 2026



Daniela Šálková, ředitelka Divadla v Dlouhé

Příloha: Detailní specifikace rozsahu činností a podrobný harmonogram

Upozorňujeme obchodní partnery, že jako příspěvková organizace hlavního města Prahy jsme povinni všechny objednávky v hodnotě nad 50.000 Kč bez DPH zveřejňovat v registru smluv a na portálu veřejných zakázek Tender arena.

Zadání: Práce s publikem – vyhledávání, oslovení a rozvoj artového publika divadla
(s využitím metodiky *Culture Segments*)

1. Cíl zakázky

Cílem je identifikovat nové segmenty artového publika, efektivně je oslovit a připravit udržitelný model komunikace a nabídky, který bude možné dlouhodobě využívat obchodním oddělením divadla.

Výsledkem nemá být jednorázová kampaň, ale přenositelný know-how a funkční systém práce s publikem.

2. Rozsah prací a jednotlivé kroky

A) Analýza a segmentace publika

- Analýza stávající databáze artových skupin diváků k oslovení (nebo již oslovených) a jejich členění do segmentů podle způsobu budoucí komunikace s nimi
- Rozšíření databáze potenciálních diváků s přihlédnutím k dramaturgii divadla

B) Vypracování nabídky pro jednotlivé segmenty

- Návrh konkrétní nabídky pro každý segment:
 - typy představení / formáty
 - doprovodné aktivity (debaty, setkání, kontext)
 - způsob zapojení
 - případné inovace – nové formy zapojení
- Zpracování finanční nabídky:
 - cenová politika
 - balíčky, zvýhodnění, zkušební vstupy apod.

C) Komunikační strategie

- Návrh strategie komunikace pro jednotlivé segmenty:
 - tón a jazyk komunikace
 - vhodné kanály (online / offline / osobní kontakt)
 - frekvence a forma oslovení
- Doporučení, co komunikovat před návštěvou / po návštěvě / dlouhodobě
- Další návrhy komunikační strategie

D) Oslovení a pilotní komunikace

- Aktivní oslovení vybraných diváckých skupin
- Průběžná komunikace, upřesňování a úprava nabídky dle reakcí
- Testování funkčnosti navrženého přístupu

E) Předání výstupů i know-how obchodnímu oddělení

- Předání kontaktů, výstupů a zkušeností obchodnímu oddělení
- Zpracování manuálu práce s artovým publikem, který bude obsahovat:

Upozorňujeme obchodní partnery, že jako příspěvková organizace hlavního města Prahy jsme povinni všechny objednávky v hodnotě nad 50.000 Kč bez DPH zveřejňovat v registru smluv a na portálu veřejných zakázek Tender arena.

- popis segmentů
- nabídky
- doporučené postupy komunikace
- časté chyby a osvědčené přístupy
- Osobní prezentace pro tým obchodního oddělení

F) Zpětná vazba a zhodnocení

- Vyhodnocení funkčnosti, odezvy publika, využitelnosti v praxi
- Doporučení pro další rozvoj práce s publikem

3. Harmonogram

- Březen – červen 2026:
 - Analýza a segmentace: březen 2026
 - Návrh nabídek a komunikace: březen 2026
 - Prezentace návrhu vedení divadla: duben 2026
 - Realizace projektu (pilotní oslovení publika): od dubna 2026
 - Předání know-how obchodnímu oddělení: do 26. 6. 2026

Upozorňujeme obchodní partnery, že jako příspěvková organizace hlavního města Prahy jsme povinni všechny objednávky v hodnotě nad 50.000 Kč bez DPH zveřejňovat v registru smluv a na portálu veřejných zakázek Tender arena.
