

# #50letBESIP

Návrh kampaně

**Manage Social, s.r.o.**

Jankovcova 1603/47a, Praha 7 – Holešovice  
170 00 Czech Republic

IČO: 24724866

DIČ: CZ24724866

společnost zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem  
v Praze v oddíle C, vložce číslo 169043

Předkládá nabídku na základě smlouvy evidenční číslo: S-94-170/2017.  
Nabídka je platná do 31. 8. 2017

# Z čeho vycházíme

BESIP letos slaví 50 let od svého založení. To je skvělá příležitost k oslavě! Zároveň však také příležitost upozornit, že lidé na silnicích stále umírají a umírají kvůli opakování stejných chyb.

# Analýza výchozího stavu

Obecné povědomí o padesátém výročí BESIP v roce 2017 je zatím v online světě téměř nulové. BESIP publikoval o tomto výročí jeden post na své facebookové stránce a změnil si profilovou fotku. V internetových diskusích jsme zaznamenali 3 zmínky o tomto jubileu (kanály Ministerstva dopravy, BESIP a Auto-mania.cz).

Téma nerezonuje ani v klasických médiích. Od začátku dubna do 24. května jsme v monitoringu zachytili zmínky pouze v periodicích: ABC, Svět motorů, Auto-mania.cz a Parlamentnilisty.cz

BESIP má v současnosti:

- 131 followerů na Twitteru
- 212 followerů na Instagramu
- 3885 fanoušků na Facebooku
- 4376 odběratelů na YouTube

# Příležitost

BESIP by se měl ukázat jako „padesátník s rozhledem“ – má bohaté zkušenosti, ale zároveň se plně orientuje v současném světě – i ve světě sociálních sítí. V Česku je téměř 5 milionu uživatelů na Facebooku a stejný počet lidí je i na YouTube. Dynamicky se rozvíjející Instagram využívá přes milion převážně mladých lidí a přes 500 tisíc uživatelů hlásí Twitter. Nové platformy s sebou nesou i nové nároky a příležitosti na zpracování tématu a doručení sdělení.

Nejefektivnějším formátem současnosti pro komunikaci v online prostoru je video. Jedná se o nejoblíbenější formu z pohledu percepce uživatelů a zároveň je jeho distribuce nejlevnější z pohledu inzerce na sociálních sítích. A právě video obsah se stane hlavním tahounem kampaně #50letBESIP

# Cíle kampaně #50letBESIP

- Upozornit co nejširší publikum na 50. výročí BESIP skrze sociální sítě a vhodně zvolenou formou komunikace dosáhnout změny chování u vybraných témat BESIP.
- V rámci kampaně šířit osvětu ohledně vytipovaných témat v duchu, že číslovka 50 (let) je složena z čísel 5 a 0, kde 5 je počet vybraných témat, a 0 počet usmrcených. Zvolená témata:
  - Bezpečná vzdálenost
  - Nevěnování se řízení
  - Alkohol a drogy
  - Rychlost
  - Pasivní bezpečnost
- Podpořit návštěvnost eventu pořádaného BESIP
- Podpořit „rozvoj“ sociálních sítí BESIP dalším atraktivním obsahem

# #50letBESIP: videa

BESIP je tu už padesát let a padesát let šíří osvětu o bezpečnosti na silnicích. Bohužel lidé stále umírají kvůli stejným chybám nehledě na technologický pokrok společnosti. Ani sebelepší deformační zóny a airbagy nic nezmůžou proti lidské chybě. A právě na to chceme poukázat. Pro umocnění dojmu použijeme nadsázku, která bude dokreslená vtipným propojením „retra“ šedesátých let v kontrastu s dneškem. Účastníci provozu jsou totiž stále stejní akorát v jiných kulisách.

# www.ibesip.cz

Tematické články budeme publikovat na současném webu ibesip.cz. Ve chvíli, kdy bude dokončena realizace nového webu (cca konec července), bude mít BESIP možnost zrealizovat microsite nebo landing page ve formě unikátní prezentace běžící na doméně 3. řádu např. „50letbesip.ibesip.cz“. Již v tuto chvíli je možné začít připravovat se zhotovitelem webu ibesip.cz návrh microsite.

Obsah článku:

- text
- obrázky
- videa



# Facebook a Twitter

## Facebook

Facebook bude stěžejní kanál pro získávání návštěvnosti webu, skrze placenou reklamu i virálnímu dosahu dostaneme na web/microsite čtenáře tematických článků.

Facebook bude zároveň velmi důležitý pro distribuci videí – video je velmi podporovaný formát a velmi efektivně zde tak podpoříme dopad sdělení kampaně. Cíl na shlédnutí videa je průměrně 10x levnější než jiné formy reakce. Publikum se pak dá dobře využít k dalšímu cílení.

Na Facebooku budeme také pravidelně komunikovat pomocí grafických postů témata spojená s kampaní. Využijeme výzvy k reakcím (testy, otázky, soutěže o drobné ceny od BESIP)

## Twitter

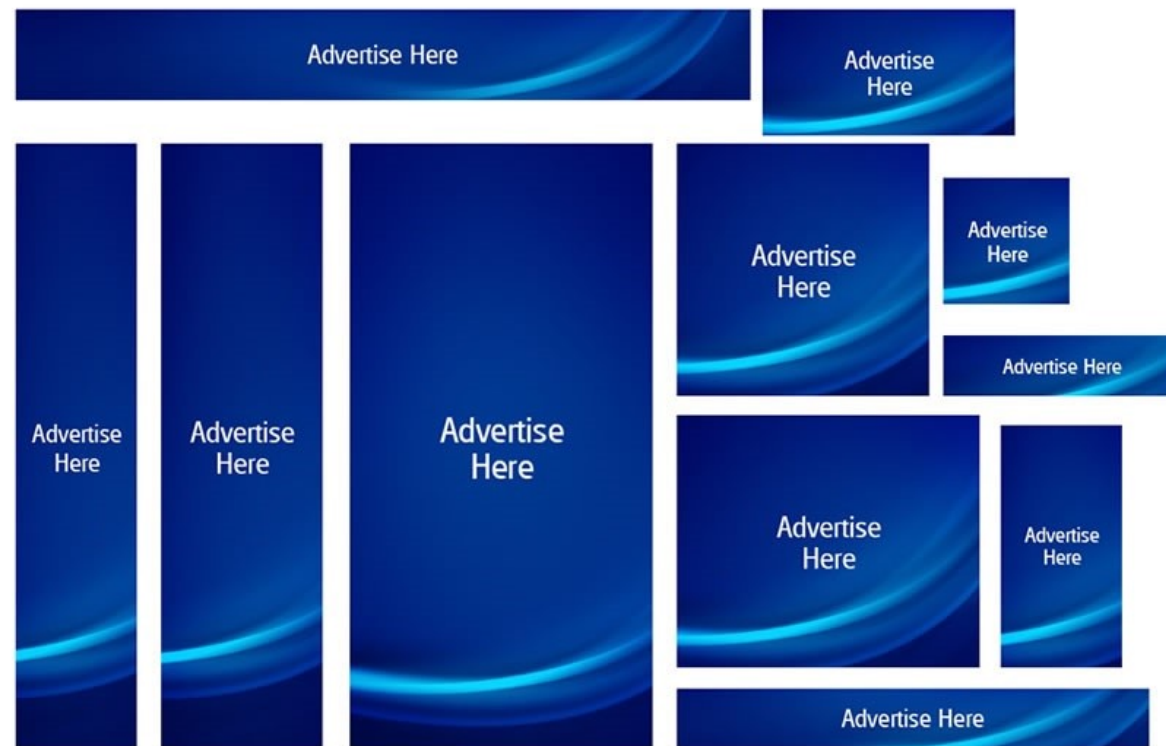
Twitter nemá v česku tak masivní dopad jako jiné sociální sítě, ale je velmi dobře indexován Googlem, umístování odkazů na články tak pomůže webu/microsite 50letBESIP.cz ve vyhledávačích.

# YouTube a Instagram

YouTube a Instagram jsou oblíbené audiovizuální sítě hlavně mladších uživatelů. Díky distribuci videí na těchto platformách dosáhneme velkého plošného zásahu. Vzhledem k povaze videí s velkým virálním potenciálem jsou tyto sítě pro kampaň #50letBESIP nezbytné.

# Obsahová síť Google a Seznam

Na podporu kampaně #50letBESIP využijeme i obsahové sítě Sklik a Google AdWords. Jejich využití pro display bannerů je s ohledem na co největší zásah daleko efektivnější než nákup reklamního prostoru přímo od portálů. Hlavním cílem kampaně v reklamních sítích bude co největší zásah internetové populace a podpora návštěvnosti stránek [www.ibesip.cz](http://www.ibesip.cz).



# Časový harmonogram – tvorba videí

9. 6. – schválení konceptu a objednávky

21. 6. – schválení scénářů

16. 7. – kompletní natočení 5 videí (dle počasí)


18./19. 7. – offline náhledy s klientem (v kalkulaci 1 offline)

23. 7. – první video na YouTube/Facebook/Instagram...

# Časový harmonogram

Kanál	1. fáze	Bezpečná vzdálenost	Nevěnování se řízení	Alkohol a drogy	Rychlost	Pasivní bezpečnost
<b>Časový úsek</b>	<b>19.6. 22.7.</b>	<b>23.7. – 12.8.</b>	<b>13.8. - 2.9.</b>	<b>3.9. - 23.9.</b>	<b>24.9. - 14.10.</b>	<b>15.10. – 4.11.</b>
Video – velké (YT)		23.7.	13.8.	3.9.	24.9.	15.10.
Video teasery (FB, IG, Twitter)		23.7. – 5.8.	13.8. – 26.8.	3.9. – 16.9.	24.9. – 7.10.	15.10. – 28.10.
Video – velké (FB,YT,TW)		6.8.	27.8.	17.9.	8.10.	29.10.
Články	20.6., 27.6., 4.7., 11.7.,18.7.	24.7.	14.8.	4.9.	25.9.	16.10.
Sociální síť	10 příspěvků	14 příspěvků	14 příspěvků	14 příspěvků	14 příspěvků	14 příspěvků
Obsahové síť/bannery		Start 23.7.	Start 13.8.	Start 3.9.	Start 24.9.	Start 15.10.

# Mediaplán

Téma	1. fáze	Bezpečná vzdálenost	Nevěnování se řízení	Alkohol a drogy	Rychlost	Pasivní bezpečnost
AdWords + Sklik						
Facebook + IG						
YouTube						

# KPIs

Výsledkem kampaně bude masivní zásah v onlineprostoru:

- Dosah kampaně na Facebooku: 1 000 000 uživatelů
- Dosah bannerové Google kampaně: 500 000 zobrazení
- Dosah kampaně na YouTube: 300 000 uživatelů

# Specifikace rizik

## **Negativní odezva**

- Při tvorbě videí chceme jít trochu na hranu, abychom podpořili jejich virální potenciál. Nadsázka může části společnosti vadit. Případně může nastat negativní odezva na casting či dílčí témata.

## **Upozadění výročí**

- V rámci kampaně se bude komunikovat 5 témat spojených s bezpečností na silnicích. V počtu témat se může vytratit spojení s padesátým výročím BESIP. I když bude vše propojeno obsahově, vizuálně, hashtagy atd.

## **Změna cenové politiky inzertních sítí**

- Google či Facebook může výrazně změnit cenovou politiku pro prodej inzerce, není ale pravděpodobné, že bychom nedosáhli vypočtených KPIs.



# Rozpočet

	hodin	Cena/hodinu	Celkem Kč bez DPH
<b>Správa a vedení kampaně</b>			
<b>Kreativa</b>			
- tvorba bannerů, grafika postů, obsah postů atd.			
- výroba videí			
- Výroba cinematographů			
- články			
<b>CELKEM</b>			
<b>Nákup médií</b>			
- FB + Instagram - rozdělení dle měsíců v mediaplánu			
- YouTube – rozdělení dle měsíců v mediaplánu			
- Sklik, Google AdWords			
<b>CELKEM</b>			
		<b>CELKEM VŠE</b>	<b>744 500,- Kč bez DPH</b>