

**SMLOUVA O DÍLO č. 20072018/1
(SSČ 047-A/18) uzavřená mezi**

1. Středisko společných činností AV ČR, v. v. i.

se sídlem: Národní 1009/3, 110 00 Praha 1

zastoupená: [REDACTED], ředitelem

IČO: 60457856

DIČ: CZ 60457856

bankovní spojení: [REDACTED]

zapsaná v rejstříku veřejných výzkumných institucí vedeném Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy

(dále jen "objednatel")

2. ADVERTISING WAY s.r.o.

se sídlem: Charvatská 25, 612 00 Brno

zastoupená: [REDACTED], jednatelkou společnosti

IČO: 26269384

DIČ: CZ26269384

bankovní spojení: [REDACTED]

Zápis u KS v Brně, odd. C, vložka 41125

(dále jen "agentura")

kteřou dnešního dne strany ujednaly podle § 2586 a násl. zák. č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku a ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů v platném znění (dále jen "autorský zákon")

1.

Prohlášení stran

1.1. Agentura prohlašuje, že je držitelem živnostenského oprávnění vydaného Živnostenským úřadem města Brna, Malinovského nám. 3, 601 67 Brno, č.j. MMB/0168727/2014, sp. zn. ZU/MMB/0163647/2014), s předmětem činnosti v rámci ohlašovací živnosti volné – obor činnosti - "Reklamní činnost a marketing, mediální zastoupení"(vznik oprávnění 26.11. 2001)

2.

Předmět smlouvy

2.1. Agentura se zavazuje provést pro objednatel a dle jeho zadání dílo, spočívající v zajištění reklamní činnosti zahrnující **On-line kampaň putovní výstavy Republika československá 1918 – 1939**, zaměřenou na širokou veřejnost realizovanou s využitím on-line reklamních systémů Google Adwords, Sklik a Youtube. Dílo je podrobněji specifikováno položkovým rozpočtem v příloze č. 1 této smlouvy. Objednatel se zavazuje řádně provedené dílo převzít a zaplatit za ně sjednanou cenu.

2.2. Dílo bude realizováno ve dvou etapách, které zahrnují v souladu s nabídkou agentury ze dne 22. 06. 2018 (viz příloha č. 2) tyto činnosti (položky):

I. etapa – Založení a nastavení On-line kampaní, dobítí kreditů potřebných pro spuštění kampaní, tj. založení a nastavení účtu a kampaní v systému Google Adwords, založení a nastavení účtu a kampaní v systému Sklik, on-line kampaň na síti Youtube, kredity na kampaň (Sklik, Google Adwords, Youtube).

III etapa – Správa On-line kampaní, tj. správa kampaní v systému Google Adwords a správa kampaní v systému Sklik, a v síti Youtube. Vyhodnocení kampaň.

2.3. Objednatel se zavazuje poskytovat agentuře potřebnou součinnost k provedení díla.

2.4. Agentura je oprávněna v rámci této smlouvy použít k plnění svých závazků i třetí osoby, ledaže by to povaha závazku neumožňovala. Plní-li agentura tuto smlouvu za pomoci třetí osoby, odpovídá objednateli jako by plnila sama.

3.

Práva a povinnosti smluvních stran

3.1. Objednatel je povinen:

3.1.1. poskytnout agentuře veškerou potřebnou součinnost pro plnění díla, zejména předat včasné, pravdivé, úplné a přehledné informace, a předkládat veškerý materiál potřebný pro zpracování návrhů a jejich realizaci.

3.1.2. uhradit za podmínek sjednaných v této smlouvě sjednanou cenu díla.

3.2. Agentura je povinna:

3.2.1. provádět veškeré úkony související se sjednanou činností s vynaložením veškerého možného úsilí a odborné péče, které po ní lze rozumně požadovat

3.2.2. dodržovat stanovené harmonogramy realizace předmětu díla

3.2.3. předat objednateli veškeré podklady a návrhy realizace k předchozímu odsouhlasení a korektuře.

3.2.4. předat objednateli do jednoho měsíce od ukončení smlouvy veškeré podklady, které od něj převzala za účelem zhotovení díla, jakož i veškeré výsledky své činnosti či činností spolupracujících osob na díle, bez rozdílu zda byly či nebyly na výsledném díle použity.

3.2.5. nejpozději do 3 dnů od doručení reklamace objednatele odstranit případné vady díla.

4.

Termín zhotovení díla, cena díla, lhůty splatnosti

4. 1. Dílo bude provedeno ve v období 16. 8. 2018 – 21. 11. 2018, ve dvou etapách:

a) I. etapa: Založení PPC kampaň, dobítí kreditů, dodání podkladů: **16.8.2018.**

b) II. etapa: Správa PPC kampaní a činnosti s tím související: **22. 8. – 21. 11. 2018**

O plnění díla bude agentura vyhotovovat pro objednatele průběžné týdenní zprávy a do tří dnů od skončení II. etapy vyhotoví a předá objednateli písemnou souhrnnou závěrečnou zprávu o průběhu a výsledku mediální kampaň realizované dle této smlouvy.

4. 2. Celková cena díla činí **250.000,- Kč** (slovy: dvěšřtřpadesátisickorunčeských), ke které bude připočtena sazba DPH platná ke dni uskutečnění zdanitelného plnění. Tato cena díla je stanovena dle položkového rozpočtu v příloze 1 této smlouvy, který je úplný a závazný.

4. 3. Objednatel uhradí celkovou cenu uvedenou v odst. 4. 2. tohoto článku smlouvy následujícím způsobem:

1. zálohu ve výši 142 175,- Kč formou bezhotovostního převodu na účet agentury uvedený v záhlaví smlouvy na základě zálohové faktury, kterou je agentura oprávněna vystavit nejdříve po splnění povinnosti uveřejnění této smlouvy prostřednictvím registru smluv (viz bod 8.4), jímž tato smlouva nabývá své účinnosti. K přijaté platbě (záloze) agentura vystaví daňový doklad k přijaté záloze.
2. zálohu ve výši 96 800,- Kč formou bezhotovostního převodu na účet agentury uvedený v záhlaví smlouvy na základě zálohové faktury, kterou je agentura oprávněna vystavit nejdříve po provedení a předání plnění uvedeného v odst. 4. 1. a) a zahájení plnění 4. 1. b) tohoto článku. K přijaté platbě (záloze) agentura vystaví daňový doklad k přijaté záloze.
3. Zbývající část ve výši 52.500,- Kč bez DPH formou bezhotovostního převodu na účet agentury uvedený v záhlaví smlouvy na základě vystavené konečné faktury/daňového dokladu vystavené po celkovém předání díla a ukončení reklamní činnosti. K této ceně bude připočtena DPH v souladu s právními předpisy účinnými ke dni uskutečnění zdanitelného plnění.
4. Celkové vyúčtování akce bude provedeno daňovým dokladem (s vyúčtováním DPH ve smyslu § 26 a násl. zákona č. 235/2004 Sb. o dani z přidané hodnoty, v platném znění, (dále jen „zákon o DPH“). Daňový doklad (vyúčtování) vystaví Agentura ke dni uskutečnění zdanitelného plnění a zohlední v něm dříve zaplacené zálohové platby, resp. daňové doklady o přijetí plateb.

4. 4. O předání dokončeného díla bude sepsán předávací a akceptační protokol, v němž objednatel potvrdí řádné předání, převzetí a schválení díla.

4. 5. Smluvní strany výslovně ujednaly, že celková cena je konečná a nelze ji bez souhlasu objednatele zvyšovat.

4. 6. Splatnost daňového dokladu činí 21 dnů ode dne doručení řádně vystaveného daňového dokladu objednateli. Daňový doklad bude mít veškeré náležitosti dle zákona o DPH.

4. 7. V případě, že daňový doklad nebude splňovat zákonné náležitosti daňového dokladu, není objednatel povinen jej uhradit a není v prodlení s úhradou a je oprávněn doklad agentuře vrátit a pro opravenou nebo novou fakturu bude běžet nová lhůta 21 dnů od doručení nového daňového dokladu.

4. 8. Agentura prohlašuje, že v době uzavření této smlouvy není "nespolehlivým plátcem" ve smyslu § 106a zákona o DPH a zavazuje se, že v případě, že se v době plnění smlouvy nespolehlivým plátcem stane, oznámí tuto skutečnost neprodleně písemně objednateli.

4. 9. Agentura prohlašuje, že jeho účet uvedený v záhlaví smlouvy je účtem, který je správcem DPH zveřejněn způsobem umožňujícím dálkový přístup a že zůstane takovým účtem po celou dobu účinnosti této smlouvy.

5. Vyšší moc

5.1. Žádná ze smluvních stran není odpovědná za prodlení s plněním povinnosti stanovené touto smlouvou, pokud bylo způsobeno okolnostmi vylučujícími odpovědnost.

5.2. Za okolnosti vylučující odpovědnost ve smyslu této smlouvy se považují mimořádné nepředvídatelné okolnosti bránící dočasně nebo trvale splnění v ní stanovených povinností, pokud nastaly po jejím uzavření nezávisle na vůli povinné strany a jestliže nemohly být tyto okolnosti nebo jejich následky povinnou stranou odvráceny ani při vynaložení veškerého úsilí, které lze rozumně v dané situaci požadovat.

5.3. Za okolnosti vylučující odpovědnost se však nepokládají okolnosti, jež vyplývají z osobních, zejména hospodářských poměrů povinné strany a dále překážky plnění, které byla tato strana povinna překonat nebo odstranit podle této smlouvy, obchodních zvyklostí nebo obecně závazných právních předpisů, jakož i okolnosti, které se projevily až v době, kdy byla povinná strana již v prodlení.

5.4. Za okolnost vylučující odpovědnost se rovněž nepovažuje okolnost, kterou mohla a měla povinná strana při uzavírání smlouvy předvídat.

6.

Práva autorů a práva související s právem autorským a osobnostní práva

6.1. Objednatel garantuje, že ke všem jím agentuře dodaným materiálům, popř. při jiných jím přímo realizovaných činnostech, získal v souladu s autorským zákonem a občanským zákoníkem od autorů, výkonných umělců, výrobců zvukových, obrazových a zvukově obrazových záznamů a zúčastněných osobností oprávnění k výkonu práva užití děl, výkonů, zvukových a zvukově obrazových záznamů, jakož i všech osobnostních práv k materiálům předaným objednatel agentuře k plnění předmětu této smlouvy. Objednatel garantuje, že získal tato oprávnění v takovém rozsahu, že agentura je oprávněna realizovat reklamy a další činnosti dle této smlouvy, aniž by byla povinna uzavírat s těmito osobami zvláštní smlouvy a aniž by jí vůči nim vznikaly jakékoli jiné závazky.

6.2. Pokud si agentura sama opatří a v rámci mediální kampaně použije kromě materiálů dodaných objednatel dle odst. 6.1 této smlouvy i další materiály, zejména použije-li při realizaci předmětu této smlouvy autorská díla, umělecké výkony, zvukové a zvukově obrazové záznamy, či podobizny, písemnosti a jiné projevy osobní povahy, k jejichž užití je třeba získat svolení oprávněných osob, je povinna si takovéto oprávnění v potřebném rozsahu včas obstarat. Příslušné smlouvy podle občanského zákoníku či autorského zákona uzavírá v takovém případě s oprávněnými subjekty agentura, přičemž veškeré odměny a náhrady za vytvoření a užití děl, výkonů, záznamů a snímků jsou hrazeny z prostředků poskytnutých objednatel v rámci celkové ceny, která je upravena v čl. 4. odst. 4. 2. a 4. 3. této smlouvy.. To se týká také plateb ochranným organizacím autorů a výkonných umělců. Ustanovení bodu 6.3. zůstává tímto nedotčeno. Agentura zajistí, aby objednatel byl oprávněn k užití ve smyslu odst. 6.5 tohoto článku této smlouvy.

6.3. Ten účastník smlouvy, který užívá reklam, děl, výkonů, záznamů, snímků a jiných předmětů ochrany podléhajících autorskému zákonu, nebo práv na ochranu osobnosti chráněných dle občanského zákoníku, a které jsou součástí díla dle této smlouvy, odpovídá při své činnosti za dodržování těchto práv a povinností vyplývajících pro něj z této smlouvy a příslušných právních předpisů a garantuje, že jakákoli třetí osoba nevznese vůči druhému účastníku smlouvy jakékoli nároky, které by se ukázaly jako oprávněné, vzniklé porušením svých práv v souvislosti s takovým

užitím, ani jiné nároky v souvislosti s tímto užitím. V případě porušení této povinnosti uhradí ten účastník smlouvy, který ji porušil druhému účastníkovi smlouvy veškerou vzniklou škodu, včetně porušení dobrého jména firmy a nákladů případných soudních sporů a tento je rovněž oprávněn od smlouvy odstoupit. Odstoupení od smlouvy se řídí ustanovením §§ 2001 a následující občanského zákoníku.

6.4. Každý účastník smlouvy je povinen upozornit předem na veškeré možné problémy, které by mohly vzniknout v oblasti práv autorských, práv s autorským právem souvisejících a osobnostních práv, a na nutné kroky vyplývající ze specifík autorskoprávních nebo jiných obdobných předpisů týkajících se ochrany práv k nehmotným statkům.

6.5. Bude-li výsledné dílo, které je předmětem této smlouvy, obsahovat zejména slovní, grafické, audio, video, audio-video či jiné prvky vytvořené či dodané agenturou, které jsou chráněny zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), v platném znění, poskytuje agentura objednateli výhradní licenci k užití takového díla či jeho jednotlivých částí (i nepoužitým viz 3.2.4.), a to jako licenci bezúplatnou a množstevně či teritoriálně neomezenou, na celou dobu trvání autorských majetkových práv a práv s autorským právem souvisejících, k takovým dílům či jiným předmětům ochrany ve smyslu autorského zákona.

7.

Odstoupení od smlouvy

7.1. Smluvní strany jsou oprávněny od této smlouvy odstoupit dle níže uvedených podmínek:

7.1.1. objednatel: v případě porušení zákonných či smluvních povinností agentury, není-li provedena náprava v dodatečně lhůtě stanovené agentuře objednatelem.

7.1.2. agentura: v případě prodlení objednatele s úhradou oprávněně vystaveného daňového dokladu déle jak 20 dnů od jeho splatnosti, nebo v případě prodlení objednatele déle jak 20 dnů s poskytnutím součinnosti nezbytné k provedení díla přes písemnou výzvu agentury nebo z důvodu porušení povinností objednatele dle čl. 6 a nezjednání nápravy přes písemnou výzvu agentury.

7.2. Při zrušení smlouvy odstoupením se smlouva zrušuje s účinky od dne doručení odstoupení druhé smluvní straně (tzv. ex nunc). Byla-li cena díla nebo její část objednatelem uhrazena předem, je agentura povinna částku převyšující cenu zhotoveného rozsahu díla objednateli vrátit. Agentuře náleží v takovém případě cena za plnění, které do té doby již ze smlouvy řádně realizovala a předala objednateli. V případě, že agentura do doby odstoupení objednatele od smlouvy nerealizovala žádné plnění, je povinna objednateli vrátit předem uhrazenou cenu díla nebo její část v plné výši do 5 dnů od doručení odstoupení objednatele od smlouvy. Zánikem smlouvy nezanikají nároky ze smlouvy již vzniklé.

8.

Závěrečná ujednání

8.1. Tato smlouva byla sepsána ve dvou vyhotoveních, z nichž každý z účastníků přejímá jedno.

8.2. Účastníci se zavazují, že v případě sporů o obsah a plnění této smlouvy vynaloží veškeré úsilí, které lze spravedlivě požadovat, k tomu, aby tyto spory byly vyřešeny smírnou cestou, zejména aby byly odstraněny okolnosti vedoucí ke vzniku práva od smlouvy odstoupit nebo způsobující její neplatnost.

8.3. Pokud by se v důsledku změny právních předpisů nebo jiných důvodů stala některá ujednání této smlouvy neplatnými nebo neúčinnými, účastníci prohlašují, že smlouva je ve zbývajících ustanoveních platná, neodporuje-li to jejímu účelu nebo nejedná-li se o ustanovení, která oddělit nelze.

8.4. Smlouva bude uveřejněna v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a registru smluv, v platném znění (zákon o registru smluv), s čímž obě strany souhlasí. Smluvní strany se vzájemně dohodly, že k zajištění uveřejnění smlouvy prostřednictvím registru smluv se tímto zavazuje Středisko společných činností AV ČR, v. v. i. Středisko společných činností AV ČR, v. v. i. se zavazuje informovat agenturu o uveřejnění této smlouvy v registru smluv.

8.5. Ve věcech týkajících se plnění této smlouvy jsou oprávněni jednat

8.5.1. za objednatele: [REDACTED]

8.5.2. za agenturu: [REDACTED].

8.6. Tato smlouva nabývá platnosti dnem podpisu smluvních stran a účinnosti dnem uveřejnění v registru smluv.

8.7. Tuto smlouvu je možné změnit pouze písemnou formou číslovaných dodatků a příloh, přičemž podpisy zástupců obou stran musí být na téže listině.

8.8. Agentura nesmí sdělit údaje, které jsou předmětem obchodního tajemství a další údaje, na které byla objednatelem výslovně upozorněna a které od něho získala při své činnosti dle této smlouvy bez jeho souhlasu jiným osobám nebo je využít pro sebe nebo pro jiné osoby. Tyto povinnosti trvají i po ukončení smlouvy.

8.9. Ustanovení předchozího článku neplatí, jde-li o běžně dostupné informace.

8.10. Není-li v této smlouvě dohodnuto jinak, obě dvě strany se při převzetí díla, event. případných reklamací řídí příslušnými platnými právními předpisy. Objednatel je povinen dodané dílo při převzetí řádně zkontrolovat. O převzetí díla bude vyhotoven protokol o předání, který bude podepsán oběma stranami.

Příloha č. 1. Položkový rozpočet – On-line kampaň Republika československá 1918–1939

Příloha č. 2. Nabídka On-line kampaň REPUBLIKACESKOSLOVENSKA 2018 ze dne 22. 06. 2018.

V ...Praze..... dne 15.8.2018

V dne

objednatel:
Středisko společných činností AV ČR, v. v. i.

agentura:
ADVERTISING WAY s.r.o.

.....
[REDACTED], ředitel

.....
[REDACTED] jednatelka

Příloha č. 1. ke smlouvě č. 20072018/1

Položkový rozpočet On-line kampaň Republika československá 1918–1939

Položkový rozpočet On-line kampaň Republika československá 1918–1939

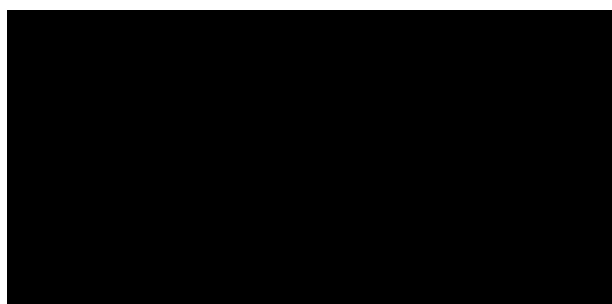
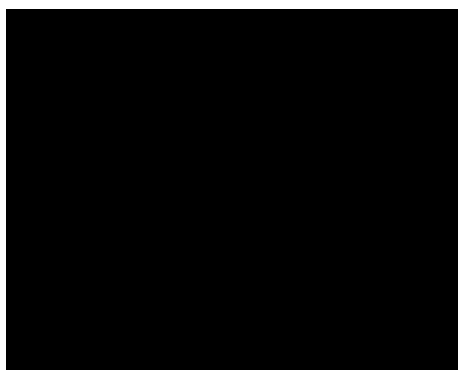
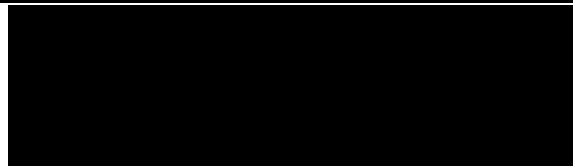
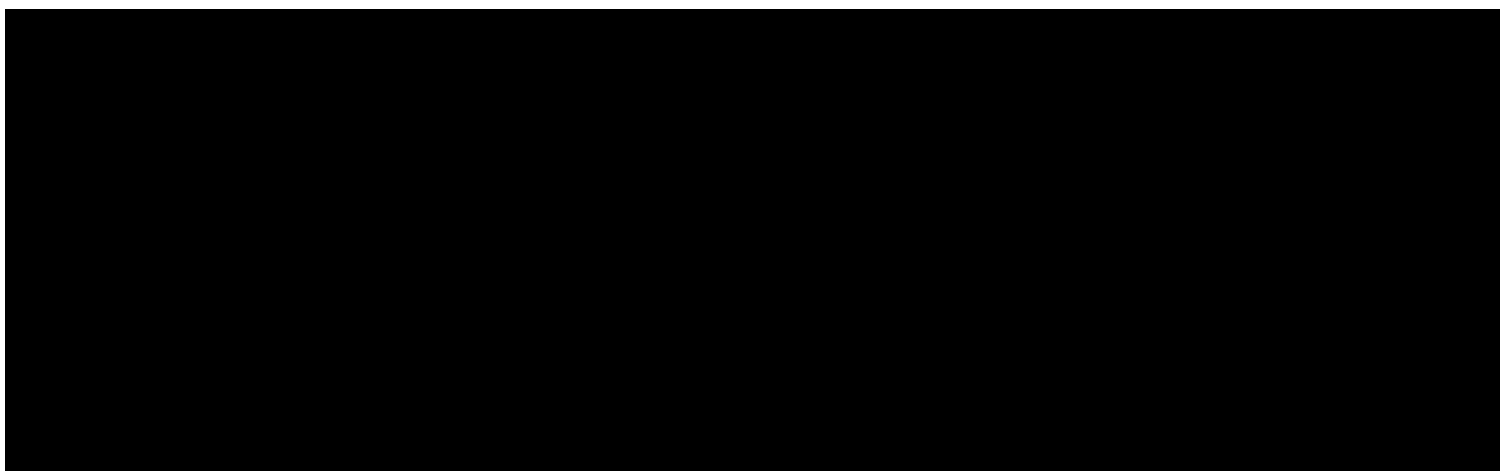
<i>Položka - popis služby</i>	<i>počet jedn.</i>	<i>jednotka</i>	<i>cena Kč jednotka</i>	<i>cena celkem CZK bez DPH</i>
Kompletní založení účtu a nastavení kampaní Google Adwords <i>(založení a setup kampaní, analýza cílového publika, analýza KW, tvorba text. reklam, nahrávání a test grafických reklam, zacílení umístění v médiích, nastavení metrik, budgetů, cílů, analytik)</i>		kampaň		██████████
Kompletní založení účtu a nastavení kampaní Sklik <i>(založení a setup kampaní, analýza cílového publika, analýza KW, tvorba text. reklam, nahrávání a test grafických reklam, zacílení umístění v médiích, nastavení metrik, budgetů, cílů, analytik)</i>		kampaň		██████████
Založení a nastavení kampaně Youtube <i>(setup kampaně, analýza cílového publika, nastavení metrik, cílů, zpracování prokliků a C2A prvků ve videích)</i>		kampaň		██████████
Správa a optimalizace kampaní Adwords a Sklik <i>(průběžná optimalizace, aktualizace inzerátů - obsahová a vyhledávací síť, analytika, měření, reporting, vyhodnocení)</i>	█*	týdnů	████	██████████
Správa a optimalizace videokampaně Youtube <i>(optimalizace, reporting, analytika)</i>	█*	týdnů	████	██████████
Založení a správa kampaní Remarketing a Retargeting <i>(Adwords, Sklik, Youtube, analýza a práce s publiky)</i>	█*	týdnů	████	██████████
Nákup Youtube <i>(flexibilní rozdělení, jinak dle návrhu plánu videokampaně)</i>		nákup		██████████
Nákup Google Adwords <i>(media bannery, obsahová síť, vyhledávání, remarketing)</i>		nákup		██████████
Nákup Sklik <i>(obsahová síť, vyhledávání, media bannery, retargeting)</i>		nákup		██████████
DTP grafické práce <i>(zpracování formátů bannerů, C2A, kreativa)</i>	█	hod	████	██████████
Celkem cena Kč bez DPH				250 000,00 Kč

* termíny kampaně po dohodě možno upravit

Příloha č. 2. ke smlouvě č. 20072018/1

Nabídka On-line kampaň AV_CR_REPUBLIKACESKOSLOVENSKA_2018 ze dne 22. 06. 2018.

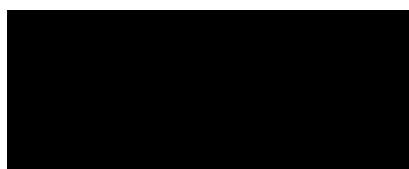
**On-line kampaň
Akademie věd ČR
Republika československá 1918–1939**



Zpracoval: **ADWAY / Advertising Way s.r.o.**

Určeno: **Akademie věd České republiky (AV ČR)**

"Tento dokument obsahuje informace, které Advertising Way s.r.o. považuje za součást svého obchodního tajemství ve smyslu § 504 občanského zákoníku a je určen pouze pro vnitřní potřebu příjemce dokumentu. Jakékoliv zveřejnění obsažených informací, jejich předání třetí straně nebo využití pro potřebu jiného subjektu, bez písemného souhlasu Advertising Way s.r.o. bude považováno za nekalou soutěž ve smyslu § 2976 občanského zákoníku."



Podpora akce

Unikátní putovní výstava Republika československá 1918–1939

Popis

Putovní výstava – Brno, Praha, 24 měst (proběhne 3.9.-29.11.2018), speciální vernisáže akce proběhnou 7. 9. v Brně a 27. 10. v Praze

Cílem výstavy je zábavnou a poučnou formou prezentovat široké veřejnosti významné výročí vzniku republiky a také výzkum a práci AV ČR.

Termín kampaně

15. 8. – 21. 11. 2018 (celkem 14 týdnů)

Cílová URL:

 /případné podstrany, cílení na aktuální města/

Celkový budget:

250.000 Kč bez DPH (včetně správy kampaně a kreditu, rozpracování podkladů)

Cíl:

oslovení široké veřejnosti pozváním na putovní výstavu Republika československá 1918–1939

Cílení kampaně:

celá ČR - se zaměřením na PRAHU a BRNO, zahrnuje 24 měst - bude upřesněno

Specifikace cílové skupiny:

Cílovou skupinou je široká veřejnost i rodiny s dětmi; mladší generaci chceme seznámit s výročí republiky, střední generaci chceme rozšířit znalosti a starší generaci chceme oživit daná témata.

Uživatelé internetu a chytrých telefonů zajímající se o návštěvu akcí, sledující novinky ze světa, sledující zpravodajské portály, objevy a trendy, aktuální dění, sledující dokumentární pořady a zajímavosti. Jsou geograficky zasažitelní lokalitami putovní výstavy. Praha + Brno + 24 měst.

Nástroje kampaně:

Online kampaň v obsahové síti systému **Google Adwords, Sklik a Youtube**

Zapojení remarketingu, retargetingu, využití cílení pro mobilní telefony

Cíle kampaně:

Podpora návštěvnosti výstavy Republika československá 1918–1939

Zvýšení povědomí o akci Republika československá 1918–1939

Měření kampaně:

počet návštěv na webu - prokliky na web 

počet zobrazení/impresí inzerátů

zhlédnutí videí

Definice cílů kampaně dle zadání:

- » přivést cílovou skupinu na web projektu [REDACTED]
- » na kanál youtube: [REDACTED]
- » zapojení remarketingu, retargetingu, využití cílení pro mobilní telefony
- » zvýšení informovanosti cílového publika o akci - zvýšení návštěvnosti webu cílového URL
- » propagace spotu Republika československá 1918–1939 – navýšení počtu zhlédnutí videa

Akvizice nových zájemců o akci:

- » přivést na web projektu [REDACTED] cílovou skupinu
- » využití kampaně na Sklik a Adwords v obsahové síti
- » online podpora promo video spotu cca 60 sec (dodá AVČR), kampaň na podporu videí vést na YT
- » zapojení remarketingu, retargetingu, využití cílení pro mobilní telefony
- » zvýšení informovanosti cílového publika o akci - zvýšení návštěvnosti webu cílového URL
- » propagace spotu Republika československá 1918–1939 – navýšení počtu zhlédnutí videa

Návrh jednotlivých fází kampaně

Jednotlivé části kampaně budou cíleny dle lokalit. Větší povědomí bude cíleno jednotlivými kampaněmi na **speciální vernisáže 7. 9. v Brně a 27. 10. v Praze**, kde doporučujeme jinou kreativitu bannerů a textů, byť jen s obměnou datumu a upozornění na konkrétní akci.

Navrhujeme zpracování 4 kreativ bannerových podkladů:

- Obecné image bannery (obecné info o akci, a AVČR)
- Pozvánka na vernisáž 7.9. v Brně (datum a místo)
- Pozvánka na vernisáž 27.10 v Praze (datum a místo)
- Remarketingové a retargetingové bannery (celkové povědomí o výročí vzniku republiky + výrazné C2A s pozváním na výstavu – prolink do programu měst)

1. Fáze (od 15.8. – 6.9.)

- » obecné image bannery, které vytvoří povědomí o události (obecné image info o akci)
- » + kampaně s pozvánkou na vernisáž 7.9. v Brně (jiná kreativa, zvýrazněný datum a místo)

2. Fáze (7.9.-26.10)

- » obecné image bannery (obecné image info o akci)
- » + kampaně s pozvánkou na 27.10 v Praze (jiná kreativa, zvýrazněný datum a místo)

3. Fáze (po celou dobu kampaně, s posílením od půlky kampaně, cca od 15.10.)

- » obecné image bannery (obecné image info o akci)
- » posílený remarketing, retargeting – dle rozdělení jednotlivých publik

Návrh hlavních webů obsahové sítě, kam budou cíleny bannery

- www.seznam.cz (homepage i podstrany, nejnavštěvovanější český portál)
- www.novinky.cz (zpravodajství seznamu)
- www.idnes.cz (prestižní internetový portál s vysokou návštěvností)
- www.denik.cz (VLP, zpravodajství v regionech, skvělé cílení na města)
- www.iprima.cz (velká sledovanost široké veřejnosti)
- www.play.prima.cz (populárně sledované seriály a pořady)
- www.centrum.cz (velmi navštěvovaný portál, zvýšení zapojení především publika 40+)
- www.aktualne.cz (zpravodajství portálu Centrum.cz)
- www.tv.nova.cz (široký zásah, doplňuje zásah televizního publika)
- www.programy-tv.cz (široká veřejnost, sledující pořady, cíleno na dokumenty)
- www.informuji.cz (zásah publika, hledající návštěvu akcí)
- www.atlasceska.cz (kalendář akcí, oslovení návštěvníků)
- www.ceskenoviny.cz (sledované zpravodajství)
- www.svetkolemnas.info (cílová skupina sledující zajímavosti a novinky)
- www.lidovky.cz (zásah cílové skupiny sledující zpravodajství a aktuální dění)
- www.reflex.cz (zásah cílové skupiny sledující zpravodajství a aktuální dění)
- www.czechmag.cz (zpravodajství, především novinky z kultury a kulturního dění, pozvánky na akce)
- www.21stoleti.cz (oslovení zajímavé cílové skupiny, podpora image AV ČR ve spojitosti s unikátní akcí)
- www.impuls.cz (oslovení širšího publika se zájmem o návštěvu akcí)
- www.evropa2.cz (oslovení širšího publika se zájmem o návštěvu akcí)
- www.frekvence1.cz (oslovení širšího publika se zájmem o návštěvu akcí)
- www.mobil.idnes.cz (oslovení publika na mobilních telefonech)
- www.akce.cz (široké cílové publikum hledající akce pro návštěvu)
- www.e15.cz (zpravodajství, široká veřejnost)
- www.csfd.cz (především mladší a střední věková kategorie se zájmem o filmy a kulturu)

impuls.cz 



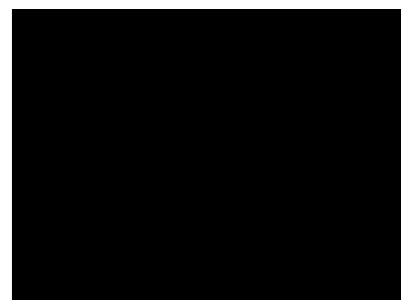
Témata

Vysílané zprávy a zprávy na síti, Mluvené rozhlasové stanice, Online média, Rozhlas, Televizní sítě a stanice, Podcasting, Radiovybavení

Týdenní inventář sítě

— 2,5 mil.–3 mil.
Soubory cookie Zobrazení

iprima.cz 



Témata

Vysílané zprávy a zprávy na síti, Online video, Sdílení videa, Televizní programy a odkazy, Telenovely, Televizní sítě a stanice, Televizní drama

Týdenní inventář sítě

— 15 mil.–20 mil.
Soubory cookie Zobrazení

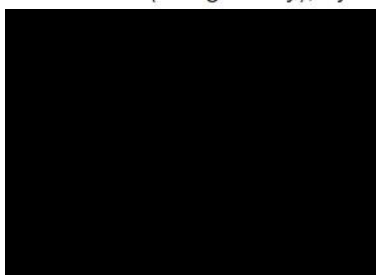
Okruhy webů rozděleny na jednotlivé oblasti dle oblasti a zájmů uživatelů:

Hodnotná část kampaně bude zacílena na budování povědomí o akci, optimalizací kampaně budeme selektovat vhodné návštěvníky akce. Kampaň bude nastavena tak, aby primárně zastihla uživatele plánující návštěvu akcí, k tomu dopomůže celkové vhodné rozložení a časové naplánování kampaní s ohledem na návštěvnost webů cílovou skupinou.

- » Akce, události, cestování, poznávání (př. atlasceska.cz, akce.cz, kam-na-vylet.cz,...)
- » Zpravodajské portály (centrum.cz, denik.cz, lidovky.cz, idnes.cz ...)
- » Weby zaměřené na kulturu a události (idnes.cz/kultura, impuls, e15 ...)
- » Zábava, filmy, sledování videí, dokumentární filmy (př. Čsfd, PrimaPlay, iPrima, Videičesky, Play.cz ...)
- » Trendy - lifestylové časopisy (př. CiliChilli, CreativeLife...)
- » Portály zabývající se počasím a týdenním plánováním (př. In-pocasi, meteopress)
- » Trendy a novinky, It, věda, příroda (21století, 100+1, tech.ihned.cz, natinal-geographic)
- » Cílení na mobilní telefony a zpravodajské aplikace (mobilní aplikace čsfd, zprávy...)

Mobilní aplikace

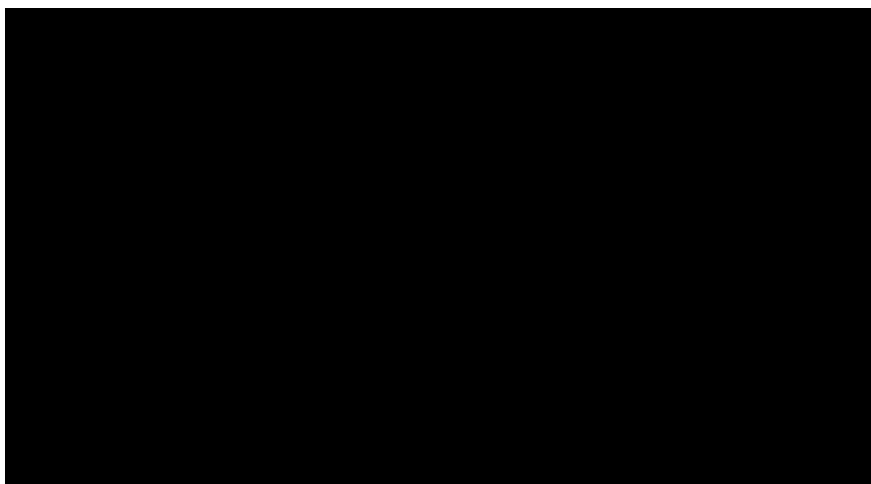
iDNES.cz (Google Play), by MAFRA, a.s. 



Týdenní inventář sítě 

— 5 mil.–10 mil.

Soubory cookie  Zobrazení



Položkový rozpočet

On-line kampaň Republika československá 1918–1939

<i>Položka - popis služby</i>	<i>počet jedn.</i>	<i>jednotka</i>	<i>cena Kč jednotka</i>	<i>cena celkem CZK bez DPH</i>
Kompletní založení účtu a nastavení kampaní Google Adwords (založení a setup kampaní, analýza cílového publika, analýza KW, tvorba text. reklam, nahrávání a test grafických reklam, zacílení umístění v médiích, nastavení metrik, budgetů, cílů, analytik)		kampaň		
Kompletní založení účtu a nastavení kampaní Sklik (založení a setup kampaní, analýza cílového publika, analýza KW, tvorba text. reklam, nahrávání a test grafických reklam, zacílení umístění v médiích, nastavení metrik, budgetů, cílů, analytik)		kampaň		
Založení a nastavení kampaně Youtube (setup kampaně, analýza cílového publika, nastavení metrik, cílů, zpracování prokliků a C2A prvků ve videích)		kampaň		
Správa a optimalizace kampaní Adwords a Sklik (průběžná optimalizace, aktualizace inzerátů - obsahová a vyhledávací síť, analytika, měření, reporting, vyhodnocení)	■	týdnů	■	■
Správa a optimalizace videokampaně Youtube (optimalizace, reporting, analytika)	■	týdnů	■	■
Založení a správa kampaní Remarketing a Retargeting (Adwords, Sklik, Youtube, analýza a práce s publiky)	■	týdnů	■	■
Nákup Youtube (flexibilní rozdělení, jinak dle návrhu plánu videokampaně)		nákup		■
Nákup Google Adwords (media bannery, obsahová síť, vyhledávání, remarketing)		nákup		■
Nákup Sklik (obsahová síť, vyhledávání, media bannery, retargeting)		nákup		■
DTP grafické práce (zpracování formátů bannerů, C2A, kreativa)	■	hod	■	■
Celkem cena Kč bez DPH				250 000,00 Kč

* termíny kampaně po dohodě možno upravit

Kompletní správa a projektové řízení kampaně zahrnuje:

- » Návrh strategie on-line kampaně vedoucí k dosažení stanovených cílů
- » Kreativní zpracování kampaně a podkampaní s ohledem na sdělení a cílovou skupinu
- » Marketingová podpora a konzultace klientovi
- » Výběr vhodných typů nástrojů reklamních kampaní a jejich zacílení
- » Obsahová analýza, analýza klíčových slov (KW)
- » Vytvoření Call To Action prvků (v banneru, ve videu, v textových inzerátech)
- » Vytvoření textů, textových variant pro bannery a textovou část obsahové sítě
- » Vytvoření kampaní, reklamních sestav a jednotlivých inzerátů
- » Nastavení vhodných metrik a pravidelné vyhodnocování kampaně
- » Pravidelná optimalizace kampaní v průběhu kampaně
- » Finální vyhodnocení kampaně (návštěvnost, zobrazení, zhlédnutí)
- » Průběžné reportování kampaně (na základě požadavků klienta)
- » DTP grafické práce – zpracování variant bannerů podle dodaného základního layoutu

Odhad plnění kampaně Republika československá 1918–1939

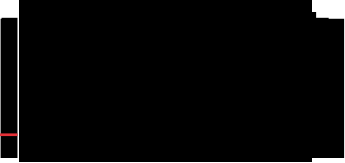

	Rozpočet	Imprese	Prokliky	Zhlédnutí videí	odhad CPC
Adwords					
Sklik					
Youtube					(zhlédnutí)
Celkem*					

Odhad plnění kampaně je počítán průměrem na doporučenou délku kampaně 14 týdnů. Toto odhadované plnění kampaně není garantováno. Vychází z průměrných propočtů aktuálních hodnot sítí daných systémů. Tzn. cenové nabídky a počet návštěv jednotlivých webů se mohou v závislosti na období a konkurenci lišit, počet zobrazení je variabilní. CTR bannerů v obsahové síti je závislé na kreativě zobrazovaných bannerů, call to action prvcích v jednotlivých inzerátech, na copywritingu textů apod.

Plnění kampaně odhaduje až 30 000 prokliků uživatelů na web a minimálně **25 000 zhlédnutí videa**. Dle hodnoty CTR a kreativy bannerů můžeme odhadovat až **10 630 000 zobrazení/impresí všech reklamních formátů** kampaně. Tento odhad plnění záleží také na výsledné hodnotě CTR bannerů. Při lepší kreativě očekáváme více prokliků a méně zobrazení/impresí grafických formátů reklamy. V případě, že by bannery nebyly tak atraktivní, očekáváme větší poměr zobrazení ku proklikům. **Hlavním cílem kampaně je dovést uživatele na web** a seznámit je s akcí a programem, **pozvat je k návštěvě putovní výstavy Republika československá 1918–1939**. **Hodnotícím kritériem kampaně je počet přivedených uživatelů na web – tedy počet prokliků**, u videokampaně je to **počet zhlédnutí videa**.

Součástí kampaně bude aktivní Remarketing a Retargeting

V rámci sítě Google Adwords a Sklik bude spuštěn Remarketing a Retargeting, cílíci na uživatele, kteří již cílovou URL jednou navštívili. Tento způsob on-line marketingu poskytne aktivní připomenutí se potenciálním návštěvníkům a široké veřejnosti s cílem vrátit uživatele na web a podpořit **povědomí o unikátní putovní výstavě Republika československá 1918–1939 a práci AV ČR**.



Díky zapojení sítí Sklik, Google Adwords a Youtube, posílení Remarketingu a Retargetingu se zaměřením, jak na návštěvnost, tak na počet zobrazení přímo na relevantních webech a v mobilních telefonech, zapojením relevantní sledovanosti videí na sociální síti YOUTUBE, dosáhneme on-line kampaní především:

- **Oslovení širokého spektra uživatelů českého internetu (90% zásah)**
- **Výrazný Branding** – posílení povědomí o akci v rámci celé ČR (Brno,Praha,+24)
- Oslovení toho **správného publika** ve správnou chvíli (vhodné načasování a umístění)
- Výrazného **připomenutí návštěvy** akce a **zvýšení zapamatovatelnosti** události pomocí **REMARKETINGU a RETARGETINGU**
- **Oslovení širšího cílového publika na sociální síti YOUTUBE**
- **Efektivního zásahu aktivní cílové skupiny** díky videoreklamě a **mobilní reklamě**
- Výhodného CPC, CPM a CPV **náklady na zásah 1 uživatele** jsou nižší, jak u klasické inzertní plochy