

**NKS
2009**

**Projekty informační kampaně k přechodu na
televizní digitální vysílání**

Podklady pro realizaci projektů

Aproximativní rozpočet

Aktivita	Termín realizace	Lokalita	Rozpočet (Kč bez DPH)
<i>Infolinka</i>	12. 2008 - 12. 2009	ČR	2 000 000
<i>Infoweb</i>	12. 2008 - 12. 2009	ČR	2 000 000
Mediální kampaň	2 -10. 2009	ČR, PHA, PLZ	30 000 000
Public Relations	1 - 12.2009	ČR	2 000 000
Letákové akce	2 - 10. 2009	PHA / PLZ	5 000 000
Komunikace se samosprávou	3. 2009	PHA / PLZ	2 000 000
Promotion	3 - 10. 2009	PHA, PLZ	2 000 000
Semináře/roadshow	2 - 10. 2009	PHA, PLZ, (ČR)	2 000 000
Informační materiály	2 - 12. 2009	ČR	5 000 000
Ostatní	1 - 12. 2009	ČR	10 000 000
Celkem rozpočet 2008 - 2009			62 000 000

ČR - celá ČR / PHA - Praha a okolí / PLZ - Plzeň a okolí

Mediální kampaň

Forma výběru dodavatele:	Veřejné výběrové řízení
Cenový rozsah (budget):	30.000.000,- CZK
Termín vypsání:	28. 11. 2008
Termín výběru :	17. 12. 2008
Termín realizace:	1. 1. – 31.10. 2009
Popis projektu:	Mediální kampaň pro vytvoření širokého povědomí o přechodu na televizní digitální vysílání u obyvatelstva
Geografické zacílení:	Regionální (Praha, Plzeň) s celostátním přesahem (zejména dle regionů, kde se vysílá digitálně)
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Vytvořit široké povědomí o přechodu na digi tv 2) Informovat o výhodách 3) Informovat o tom, co udělat pro přechod na digitální vysílání 4) Informovat o dalších informačních zdrojích 5) Posílit informovanost před vypnutím analogového digitálního vysílání
Cílová skupina:	<p>Primární: Obyvatelstvo 15 + v regionu Praha a okolí / Plzeň a okolí</p> <p>Sekundární: Obyvatelstvo ČR 15+</p>
Požadavky na řešení mediální kampaně:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Zpracování kreativního sdělení s využitím loga přechodu na digitální tv vysílání a jednotného motivu komunikace (Digiboy) 2) Produkce a postprodukce reklamních formátů 3) Mediální strategie 4) Mediální plán (mediamix) 5) Nákup médií 6) Umístění formátů do médií 7) Monitoring a kontrola průběhu kampaně
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Cílem projektu je vytvořit ucelené kreativní sdělení integrující motiv, logo, vizuální a obsahové sdělení. Zejména důležité je vytvoření textového sdělení – apelu a sloganu celé kampaně - (s předpokladem využití do roku 2012).</i></p> <p><i>Požadavkem na kreativní řešení je celkové zpracování jednotného, účinného a nezaměnitelného sdělení, které bude splňovat cíle komunikace.</i></p> <p><i>Komunikace by měla zaujmout ve smyslu "digitalizace se nyní týká i mne", „jaké výhody dostanu..." a kde mohou získat více informací – web a infolinka.</i></p> <p><i>Mediální plán by měl zahrnovat zásah a frekvenci zásahu, tak aby bylo co nejlepší využití určených finančních prostředků.</i></p> <p><i>Kulminace kampaně by měla korespondovat s plánovanými termíny ukončení analogového televizního vysílání. Lze očekávat, že významné procento obyvatelstva bude nechávat přechod na televizní digitální vysílání na poslední chvíli, a bude třeba vytvořit, co největší povědomí o ukončení analogového tv vysílání v Praze a Plzni.</i></p>	

(Cílem komunikace není řešit „Kdo mi to zajistí?“. Tyto informace, vyžadují jiný typ komunikačních formátů a budou řešeny v rámci jiných projektů.)

Doporučené kvalifikační kritéria:	<ul style="list-style-type: none"> • Obecné kvalifikační předpoklady • Kritérium připravenosti – rezervace mediálních prostorů? • Zkušenosti uchazeče • Odborná způsobilost uchazeče
Hodnotící kritéria:	<ul style="list-style-type: none"> • Výše nabídkové ceny • Kvalita kreativního konceptu • Kvalita mediální strategie • Míra efektivity vložených financí • (Připravenost - mediálního plánu rezervace u médií) - <i>bude posouzeno</i> • (Sankce) - <i>bude posouzeno</i>
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D

Public Relations

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	8. 12. 2008
Termín výběru :	22. 12. 2008
Termín realizace:	1. 1. 2009 – 31. 12. 2009
Popis projektu:	Péče o publicitu projektu digitalizace
Geografické zacílení:	Celá ČR (z důrazem na lokality, kde bude analogové tv vysílání ukončováno)
Cíl aktivit:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o vypnutí analogového tv vysílání 2) Informovat o všech relevantních informacích přechodu na digi tv 3) Efektivní komunikace s médii a rozvoj pozitivní publicity problematiky v co jen nejširším spektru 4) Důraz na medializaci přechodu na digi tv v regionech Praha a Plzeň
Typ aktivit:	<p>Průběžný servis zahrnující:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vytváření okruhů publicity • tvorba tiskových zpráv • Media Relations (rozvoj vztahů s médii) • distribuce tiskových zpráv • mediální poradenství • základní podpora v eliminaci negativních mediální reakcí v problematice přechodu na digitální tv • ostatní práce v rovině PR
Typy výstupů:	<ul style="list-style-type: none"> • Tiskové zprávy • Press kity • Press info letáky • Vyhodnocování spolupráce s médii • další
Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:	
<p><i>Činnost Public Relations agentury by měla být základním informačním pilířem komunikačních aktivit přechodu na televizní digitální vysílání. Cílem je zejména pravidelná, předpokládaná týdenní, činnost vydávání a distribuce tiskových zpráv informujících o aktualitách a aktuálních bodech přechodu. Činnost by měla výrazně podpořit zájem médií o problematiku a poskytovat mediím řadu inspirativních i konkrétních podkladů pro pozitivní publicitu.</i></p> <p><i>Předpokládanou součástí činnosti je rovněž sjednávání interview se zástupci NKS a poskytování schválených informací mediím (výzkumy, interpretace, termíny, atd.). Důležitou součástí činnosti je zejména poskytování informací při případných technických a faktických změnách v TPP apod.</i></p> <p><i>Vlastní koordinace a řízení činnosti by mělo probíhat v synergii s výstupy a aktivitami poradenské agentury.</i></p>	

Letáková akce 1(DM)

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	20. 2. 2009
Popis projektu:	Letáková informační akce (neadresný Direct Mailing) do schránek domácností v Praze a okolí
Geografické zacílení:	Regionální – Praha
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o vypnutí analogového tv vysílání (Praha – Žižkov) 2) Informovat o variantách přechodu na digi tv a možnostech příjmu 3) Odkazy na další informační zdroje
Cílová skupina:	Obyvatelstvo (domácnosti) Prahy a Středočeského kraje v rozsahu vysílače
Složky plnění:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a obsahové řešení • Výběr formátu tiskoviny • Zajištění tisku • Zajištění distribuce
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Účinnost kreativního řešení • Efektivita distribuce • Rychlost řešení
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Navržení informační tiskoviny, která bude distribuována do schránek domácností tak, aby byla zajištěna informovanost všech domácností v lokalitě (také z důvodu plnění informační povinnosti pro obyvatele nesledující příliš média).</i></p> <p><i>Tiskový materiál musí zaujmout a poskytnout nejdůležitější informace a odkazy na další informační zdroje. Materiál by měl být distribuován v souvislosti s potvrzením pevného termínu ukončení analogového televizního vysílání daného vysílače. Tiskovina musí být v souladu s grafickým stylem kampaně (logo a motiv).</i></p> <p><i>Pozn.: diskutovat – zajištění distribuce Českou poštou</i></p>	

Letáková akce 2(DM)

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	1.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	15. 6. 2009 (před letními prázdninami)
Popis projektu:	Letáková informační akce (neadresný Direct Mailing) do schránek domácností v Plzni a okolí
Geografické zacílení:	Regionální – Plzeň
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o vypnutí analogového tv vysílání (Plzeň - Krašov) 2) Informovat o variantách přechodu na digi tv a možnostech příjmu 3) Odkazy na další informační zdroje
Cílová skupina:	Obyvatelstvo (domácnosti) Plzně a okolí v rozsahu vysílače
Složky plnění:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a obsahové řešení • Výběr formátu tiskoviny • Zajištění tisku • Zajištění distribuce
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Účinnost kreativního řešení • Efektivita distribuce • Rychlost řešení
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Navržení informační tiskoviny, která bude distribuována do schránek domácností tak, aby byla zajištěna informovanost všech domácností v lokalitě (také z důvodu plnění informační povinnosti pro obyvatele nesledující příliš média).</i></p> <p><i>Tiskový materiál musí zaujmout a poskytnout nejdůležitější informace a odkazy na další informační zdroje. Materiál by měl být distribuován v souvislosti s potvrzením pevného termínu ukončení analogového televizního vysílání daného vysílače. Tiskovina musí být v souladu s grafickým stylem kampaně (logo a motiv).</i></p> <p><i>Pozn.: diskutovat – zajištění distribuce Českou poštou</i></p>	

Letáková akce 3(DM)

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	1. 9. 2009
Popis projektu:	Letáková informační akce (neadresný Direct Mailing) do schránek domácností v Praze a okolí
Geografické zacílení:	Regionální – Praha
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o vypnutí analogového tv vysílání (Praha – Cukrák) 2) Informovat o variantách přechodu na digi tv a možnostech příjmu 3) Odkazy na další informační zdroje
Cílová skupina:	Obyvatelstvo (domácnosti) Prahy a Středočeského kraje v rozsahu vysílače
Složky plnění:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a obsahové řešení • Výběr formátu tiskoviny • Zajištění tisku • Zajištění distribuce
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Účinnost kreativního řešení • Efektivita distribuce • Rychlost distribuce
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Navržení informační tiskoviny, která bude distribuována do schránek domácností tak, aby byla zajištěna informovanost všech domácností v lokalitě (také z důvodu plnění informační povinnosti pro obyvatele nesledující příliš média).</i></p> <p><i>Tiskový materiál musí zaujmout a poskytnout nejdůležitější informace a odkazy na další informační zdroje. Materiál by měl být distribuován v souvislosti s potvrzením pevného termínu ukončení analogového televizního vysílání daného vysílače. Tiskovina musí být v souladu s grafickým stylem kampaně (logo a motiv).</i></p> <p><i>Pozn.: diskutovat – zajištění distribuce Českou poštou</i></p>	

Komunikace se samosprávou

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	1. 3. 2009
Popis projektu:	<ul style="list-style-type: none"> a) Direct Marketing – adresný infomail do schránek všech obcí a městských částí v ČR b) Telemarketing starostům obcí a městských částí nad 1000 obyvatel
Geografické zacílení:	Celá ČR
Cíl projektu:	<ul style="list-style-type: none"> a) Informovat zástupce samosprávy o přechodu na tv digi vysílání v jejich regionu b) Poskytnout základní informační letáky pro nástěnky a texty pro místní zpravodaje c) Informovat o informačních zdrojích d) Ověřit přijetí materiálů, zájem a informovanost formou aktivního telemarketingu
Cílová skupina:	Představitelé samosprávy (zejm. starostové obcí a městských částí/magistráty u velkých měst)
Složky plnění:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a textové řešení (dopis a infomateriály) • Tisková produkce • Zajištění databází • Zajištění adresné distribuce • Aktivní telemarketing • Závěrečná zpráva - report
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Účinnost kreativního řešení • Efektivita distribuce • Call skript pro TM
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:	
<p><i>S ohledem na zkušenosti (např. kampaň České televize), že se jeví neefektivní realizovat pro tuto cílovou skupinu semináře a školení, je forma přímé komunikace nejúčinnějším nástrojem, jak představitelé samosprávy efektivně informovat. První fáze představuje plošnou distribuci DM – balíčku; druhá fáze telemarketing na příjemce a ověření přijetí zásilky (informací) a zejména zajištění feedbacku (jejich zájem o problematiku) a zajištění základní informovanosti o informačních kanálech (infolinka a web). Celkově bude sloužit jako průzkum současných postojů a informovanosti o procesu přechodu na televizní digitální vysílání v jednotlivých oblastech.</i></p> <p><i>Pozn.: jednotlivé materiály by se měli lišit dle oblastí (viz. TTP)</i></p>	

Promotion Aktivitty

Forma výběru dodavatele:	výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	3. 2009 - 10. 2009
Popis projektu:	Realizovat kontaktní reklamní aktivity tak, aby mohli občané dostat individuální informace a konzultovat své technické řešení přímo v lokalitě bydliště apod.
Geografické zacílení:	Praha, Středočeský kraj, Plzeň a okolí
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat individuálně obyvatele přímo v jednotlivých lokalitách 2) Zaujmut svou formou 3) Distribuce informačních materiálů 4) Demonstrovat různé formy zapojení vč. STA 5) Umožnit propojení na specialisty
Cílová skupina:	Primární: Obyvatelstvo ČR 15+ Důraz na obyvatele 60+ (zejm. singles)
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Kreativní koncept • Mechanika • Tourplan
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Cílem je poskytnout propojení se specializovanými demonstracemi (např. formou prezentačního kamionu apod.) a službami specialistů, kteří budou schopni nezávisle poradit konkrétní technická řešení.</i></p> <p><i>Na místa dle tourplanu bude moci být odkazováno z infolinky.</i></p> <p><i>Důležité bude splnění nezávislosti a neutrality vůči platformě a dalším technickým řešením. Zde je třeba definovat nezávislý klíč poradenství, který je však v praxi nejdůležitější (viz. struktura dotazů infolinky České televize)</i></p>	

Semináře/Road Show

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	2.-10. 2009
Popis projektu:	Zajištění programu seminářů specialistů pro obyvatele, kteří chtějí konzultovat vlastní řešení
Geografické zacílení:	Oblasti s vypínáním analogového tv digi vysílání (Praha a okolí; Plzeň a okolí)
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o technických možnostech zapojení konkrétních zařízení 2) Neutrálně informovat o platformách příjmu 3) Nabídnout individuální konzultace v lokalitě bydliště
Cílová skupina:	Primární: Obyvatelstvo ČR 15+ Důraz na obyvatele 60+
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Návrh technického týmu / přednášející / konzultanti • Mechanika a zabezpečení míst přednášek ('infopointy') nebo mobilní prostory či zvolené lokality • Připravenost realizace • Systém zachování neutrality
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Praxe poukazuje, že schopnost poskytovat konkrétní informace a přiblížit se obyvatelům resp nabídnout jim možnost nezávislých konzultací a názorů bude hrát velmi významnou roli.</i></p> <p><i>Důležitým faktorem je možnost komunikovat konkrétní poradenství v rámci web stránek a infolinky, čímž bude zabezpečen dostatečný „follow up“ pro všechny občany, kteří hledají a požadují detailní informace.</i></p>	

Informační materiály

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	5.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	2.-10. 2009
Popis projektu:	Zabezpečení dostatečného počtu informačních materiálů (tiskových a elektronických)
Geografické zacílení:	Celá ČR a důrazem na Prahu a Plzeň
Cíl projektu:	1) Zabezpečit relevantní tiskoviny pro veškeré komunikační aktivity 2) Zabezpečit vzorové multimediální pořady ve smyslu „co a jak a kdo mi to zajistí“
Cílová skupina:	Primární: Obyvatelstvo ČR 15+?? Sekundární: Obyvatelstvo v regionu Praha a okolí / Plzeň a okolí
Činnost zahrnuje:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a textové zpracování materiálů • Tiskovou produkci • Dopravu • TV produkci a postprodukcí • Scénáře a koncepci • Technické a personální zabezpečení
Využití tiskových a elektronických materiálů	<ul style="list-style-type: none"> • při promotion • při seminářích • pro potřeby státní správy a samosprávy • pro distribuci na vybraných místech • ostatní
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Kreativní řešení • Vzájemná provázanost materiálů
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Dostatek informačních tiskovin se jeví jako nevyhnutelný. V rámci Prahy je třeba zvažovat připravenost na neadresnou distribuci například formou vkládané inzerce (otázka míry informovanosti před vypnutím). (Forma např. DIGINOVIN apod. bude jistě ještě diskutována i s ohledem na zadání) V rámci zadání předpokládáme možnost oddělit tiskoviny a elektronické materiály</i></p>	

Ostatní

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	10.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	1 – 12. 2009
Popis projektu:	Ostatní podpůrné aktivity
Geografické zacílení:	Celá ČR / nebo vybrané regiony
Cíl projektu:	Podpořit komunikaci přechodu na digi tv v rámci samostatného pojetí nebo v návaznosti na již existující projekt
Cílová skupina:	Dle typu projektu
Ukázky aktivit:	<p>Marketingové aktivity:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Výukové listy „digitální tv vysílání“ pro střední školy • Virální marketing (např. formou hry na webu) • Internetové projekty • Reklamní předměty • Databáze specifických cílových skupin (Database Marketing) • Další návrhy <p>Podpůrné aktivity:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poradenství • Analýzy a monitoring • Ostatní podpora
Hlavní kritéria výběru aktivity:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Plnění cílů komunikace • Specifikum zásahu CS • Odlišnost řešení vůči již existujícím aktivitám • Originalita
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<i>Dle typu aktivity – bude rozpracováno.</i>	