

ZADÁVACÍ BRIEF

Komunikační kampaň CHYTRÁ VOLBA – 1. fáze

1. PŘEHLED ZADÁVACÍCH DOKUMENTŮ (dokumenty, ze kterých čerpáte)

- **Zadávací brief**
 - o Jde o tento dokument
 - o Zde jsou souhrnné informace pro vypracování nabídky do výběrového řízení
- **Výzva**
 - o Oficiální výzva k podání žádosti o dotaci
 - o Účast ve výběrovém řízení probíhá formou žádosti o dotaci
 - o Úhrada poskytnutých služeb vybrané agentury proběhne formou dotace v rámci programu EFEKT II. pro rok 2020
 - o Maximální výše dotace je 5,0 milionů Kč bez DPH, pokud je agentura plátcem DPH a bude DPH u zakázky uplatňovat. (ostatní částky ve „Výzvě“ – 10 mil. a 150 mil. se týkají i dalších projektů a celého programu, tohoto výběrového řízení se tedy týká pouze částka 5 milionů).
 - o Tato dotace pokrývá maximálně 90 % nákladů žadatele. Zbýlých 10 % musí žadatel (agentura) pokrýt dofinancováním projektu vlastními prostředky, nebo prostředky třetí strany. Maximální celková výše rozpočtu je tedy 5 555 555,- Kč bez DPH, z čehož dotace pokrývá 90 % (5 mil. bez DPH) a žadatel dofinancuje 10 % (555 555,- Kč bez DPH). Toto je třeba zohlednit při sestavování navrhovaného rozpočtu.
- **Základní strategický rámec kampaně – samostatná příloha k výzvě**
 - o Dokument, ze kterého je třeba strategicky vycházet při přípravě nabídky a následně pak i při realizaci komunikační kampaně
 - o Dokument definuje základní představu o poptávané kampani. Konkrétní kreativní zpracování je již na budoucím dodavateli, který vzejde z tohoto výběrového řízení. V zadávacím briefu níže je uvedeno, které prvky je třeba dodržet/zachovat, které prvky je možné upravovat, a které prvky/oblasti poskytují volný prostor pro kreativní zpracování dodavatelem.
 - o Dokument je obecný pro celou několikaletou kampaň. V tomto výběrovém řízení je poptávána pouze realizace první fáze. Ne všechny nástroje zmíněné v dokumentu *Základní strategický rámec kampaně* jsou pro tuto první fázi relevantní. Konkrétní požadavky pro první fázi (tedy pro toto výběrové řízení) naleznete níže v tomto zadávacím briefu v kapitole *Požadované plnění*.

2. PŘEDMĚT ZADÁVACÍHO ŘÍZENÍ

- Předmětem výběrového řízení je zajištění komunikační kampaně s názvem CHYTRÁ VOLBA na podporu energetické úspornosti.
- Základní informace o zaměření kampaně, pozadí projektu, strategickém rámci a cílových skupinách naleznete v příloze **Základní strategický rámec kampaně**.
- Konkrétní požadavky na realizaci kampaně pak naleznete níže v tomto zadávacím briefu v kapitole **Požadované plnění**

3. ZÁKLADNÍ HARMONOGRAM KAMPAŇ

- Příprava kampaň (kreativy, komunikačních kanálů atd.)	3 měsíce	červenec – září 2020
- Realizace kampaň	8 měsíců	říjen 2020 – květen 2021
- Vyhodnocení kampaň, analýzy, reporting	1 měsíc	červen 2021

4. POŽADOVANÉ PLNĚNÍ

Poptávané služby	Požadované plnění v rámci kampaň	Požadovaný rozsah a podoba nabídky
Kreativa kampaň	- Konkrétní kreativa kampaň - Klíčové vizuály, grafický styl, základní claimy, grafické prvky a guidelines pro jednotlivé kanály	Projektový rozpočet za kreativní práce na kampaň - Stručné nastínění konceptu kampaň Návrh klíčového vizuálu
Webové stránky	- Vytvoření kampaňového webu / landing-page kampaň - Možno řešit úpravou (podstránkou) webu chytravolba.cz, nebo samostatným webem/microsite. - Wireframes, grafika, programování, kódování + Správa webu, hosting, doména	Projektový rozpočet za webové řešení Popis zvoleného řešení a důvody (podstránka/vlastní web/microsite)
Public Relations	- PR kampaň, tvorba obsahu, media relations - Soustavná komunikace s novináři - Příprava témat, psaní tiskových zpráv (cca 2 témata měsíčně) - Komunikace se zpravodajskými, ekonomickými, odbornými i lifestyleovými médii. - Objem práce v rozsahu cca 45 hodin měsíčně	Návrh rozpočtu (měsíční fee) - Stručné nastínění PR strategie Návrh tiskové zprávy pro lifestyleová média na téma 5 tipů na úsporu energie v domácnosti. (není nutno dodržet doslova, i zde je prostor pro kreativitu agentury)
Placené online PR, popř. iDvertorial	- Media budget – 160.000,- Kč - Příprava textů a grafických materiálů (infografiky, vizuály, fotografie...) - Vedení a správa kampaň	Návrh rozpočtu (agenturní práce + media budget 160 000,- Kč bez DPH) Rozsah a podoba plnění (dle daného media budgetu). Návrh řešení/platformy/nástroje a odůvodnění. Předpokládaný zásah (reach / počet impresí...)
Sociální sítě	- Vybudování a odladění potřebných profilů na sociálních sítích (předpokládá se jejich další využití v dalších fázích kampaň) - Správa sociálních sítí, tvorba obsahu, copywriting, grafické práce - Promování obsahu, zajištění dosahu příspěvků - Vedení kampaň - Media budget na promování postů – měsíčně 10.000,- Kč	Návrh rozpočtu (agenturní práce + media budget 10 000,- Kč bez DPH) - Základní social media strategie (které kanály používat, jak pracovat s obsahem...) 3 ukázkové posty pro Facebook (grafika + copy)

Produkce videí	• Tvorba spotů – 3 spoty pro online využití • Video by měla koncepcí vycházet z popisu v základním strategickém rámci kampaně (viz příloha) • Využití na sociálních sítích i v rámci kampaní (preroll videa) • Idea, scénář, příprava, produkce, postprodukce	• Rozpočet na tvorbu 3 různých spotů • Stručný popis rozsahu plnění, navrhované délky spotů, charakteru spotů (hrané/animované/exteriér, interiéru), a témat spotů. • Návrh bodového scénáře pro 1 spot
Online video kampaň	• Návrh, výstavba, vedení, optimalizace a vyhodnocování online video kampaní. • Media budget – 600.000,- Kč • Předpokládané kanály (vhodné složení kanálů možno navrhnout): Facebook, YouTube, pre-roll reklama na online portálech. • (1–2 miliony zhlédnutí při CPT 300 – 400 Kč)	• Návrh rozpočtu (agenturní práce + media budget 600 000,- Kč bez DPH) • Stručný návrh plnění (výběr kanálů, rozdělení media budgetu...) • KPI – počet shlédnutí
Digitální kampaň	• Bannerové kampaně, Social Ads, GDN, S-klik, Search, remarketing... • Media budget – 720.000,- Kč • Návrh, výstavba, vedení, optimalizace a vyhodnocování online kampaní. • Příprava bannerů a obsahu - Grafika, copy, content • Nastavení a práce s Google Analytics na kampaňovém webu	• Návrh rozpočtu (agenturní práce + media budget 720 000,- Kč bez DPH) • Stručný návrh plnění (výběr kanálů a nástrojů, předpokládané rozdělení media budgetu...) • KPI – počet zobrazení, počet prokliků na web
Mediální partnerství	• Partnerství s médii pro oblast SVJ • Partnerství s médii pro oblast SME • Partnerství s médii pro oblast obcí a starostů • Celkový mediabudget pro mediální partnerství – 300.000,- Kč • Grafika, content, příprava obsahu • Vedení a správa kampaně	• Návrh rozpočtu (agenturní práce + media budget 300 000,- Kč bez DPH)
E-mailing (obce/starostové)	• Rozeslání e-mailingu na starosty obcí – 4x/rok • Rozeslání minimálně na 6 000 kontaktů • Zajištění nákupu databáze • Zajištění nástroje na rozesílku • Příprava mailů, grafika, obsah • Vedení kampaně	• Návrh rozpočtu (agenturní práce + nákup databáze + rozesílka)
Harmonogram a celkový rozpočet projektu		• Návrh harmonogramu a časového rozložení jednotlivých nástrojů • Celkový rozpočet projektu

5. POVINNÉ PRVKY A PROSTOR PRO KREATIVITU A NÁVRHY DODAVATELE

Co je nutné dodržet a respektovat	Kde je možné navrhovat drobnější změny a úpravy, za účelem co nejlepšího sladění celé kampaně. Nikoliv však zásadní změny.	Kde je zcela volný prostor pro návrh dodavatele
Název kampaně CHYTRÁ VOLBA	- Logo kampaně CHYTRÁ VOLBA - Hlavní sdělení kampaně	Grafika, klíčový vizuál, grafický a vizuální styl kampaně, konkrétní claimy, barevnost kampaně

6. PŘEHLED DOKUMENTŮ K ODEVZDÁNÍ V RÁMCI VÝBĚROVÉHO ŘÍZENÍ (dokumenty, které předložíte)

- **Žádost o dotaci**
 - o Oficiální dokument – v rámci portálu <https://isprofin.mfcr.cz/rispf>.
 - o po elektronickém vyplnění a podání **nutno doručit vytištěnou listinnou podobu** podepsané verze žádosti poštou nebo datovou schránkou – viz oddíl Způsob doručení listinné podoby žádosti
- **Příloha č.8** - Popis realizace projektu, harmonogram a rozpočet projektu (*odevzdává se pouze elektronicky prostřednictvím portálu <https://isprofin.mfcr.cz/rispf>*)
 - o V tomto dokumentu je třeba uvést základní informace o navrhované kampani, zejména celkový rozpočet a jeho dílčí hodnoty a harmonogram kampaně (obdoba „krycího listu“)
- **Vlastní podrobný návrh kampaně** (*odevzdává se pouze elektronicky, pozor na objem vkládaných dokumentů, protože maximální objem všech dokumentů u jedné žádosti nesmí překročit 10MB*)
 - o Dokument s podrobným návrhem kampaně vytvořený dle požadovaného plnění (viz tabulka výše)
 - o Formát – přijatelná je forma prezentace uložená ve formátu pdf
 - o Kromě bodů vyplývajících z požadovaného plnění musí návrh obsahovat také:
 - **Představení a kvalifikace agentury a týmu**
 - formálně jde o přílohu č. 24 – Doložení kvalifikace žadatele
 - Představení agentury
 - Představení konkrétních členů týmu, jejich zkušeností a jejich role v týmu
 - Hlavní Account manager (klíčový kontakt pro zadavatele)
 - **3 referenční projekty**
 - formálně jde o přílohu č. 25 – Doložení zkušeností žadatele
 - zaměřením a rozsahem podobné poptávané komunikační kampani

Pozn.: Výše zmíněné dvě formální přílohy 24 a 25 mohou tvořit jeden dokument v rámci Vlastního podrobného návrhu kampaně
- **Další formální přílohy dle „Výzvy“** (*odevzdává se pouze elektronicky prostřednictvím portálu <https://isprofin.mfcr.cz/rispf>*)
 - o 2 – Čestné prohlášení o zadání a způsobu vyhodnocení nabídek veřejné zakázky – pokud je tato příloha relevantní (*prostý scan dokumentu*)
 - o 3 – Čestné prohlášení o vypořádání všech závazků vůči SR (*prostý scan dokumentu*)
 - o 6 – doklad o právním postavení žadatele
 - o 19 – Čestné prohlášení k podpoře malého rozsahu (de minimis) (*prostý scan dokumentu*)
 - o 33 – Prohlášení o uplatňování odpočtu DPH (*prostý scan dokumentu*)

7. ZPŮSOB ODEVZDÁNÍ

- Online prostřednictvím Jednotného dotačního portálu Ministerstva financí na adrese <https://isprofin.mfcr.cz/rispf>.
- Žádost o dotaci zároveň v listinné podobě poštou či do datové schránky
- Podrobnosti odevzdání v příložené „Výzvě“.

8. HARMONOGRAM VÝBĚROVÉHO ŘÍZENÍ

- Termín zveřejnění výzvy: 27. 5. 2020
- Termín odevzdání nabídek: 25. 6. 2020
- Předpokládaný začátek spolupráce: červenec 2020

9. KONTAKT PRO PŘÍPADNÉ DOTAZY

Ing. Vladimír Sochor
obor energetické účinnosti a úspor
Ministerstvo průmyslu a obchodu
Na Františku 32
110 15 Praha 1
E-mail: sochorv@mpo.cz