

PODROBNÁ ŠPECIFIKÁCIA PREDMETU DOHODY

KLÚČOVÉ OBLASTI

Služby v oblasti marketingu a reklamy:

- 1) Strategické poradenstvo - návrh komunikačnej a produktovej stratégie Objednávateľa počas trvania dohody
- 2) Kreatíva - návrh a dopracovanie kreatívnej stratégie Objednávateľa, tvorba kreatívy, kreatívnych konceptov a grafík počas trvania dohody
- 3) Produkcia – zabezpečenie produkcie offline a online reklamy a ďalších produkčných prác počas trvania dohody

Súčasťou je aj následné vyhodnocovanie výkonnosti jednotlivých kampaní a parciálnych marketingových aktivít.

ŠPECIFIKÁCIA JEDNOTLIVÝCH PLNENÍ

1) STRATEGICKÉ PORADENSTVO

STRATEGICKÉ PORADENSTVO - NÁVRH STRATÉGIE OBJEDNÁVATEĽA

V rámci strategického marketingového poradenstva je potrebné zadať nasledovné stratégie Objednávateľa:

- Komunikačnú stratégiu značky Objednávateľa a jej postavenia v Slovenskej republike pri vykonávaní verejného zdravotného poistenia zameranú na dlhodobé budovanie dobrého mena a dôveryhodnosti značky
- Produktovú stratégiu zameranú na jasné a zrozumiteľné odkomunikovanie činnosti, produktov a služieb Objednávateľa pri vykonávaní verejného zdravotného poistenia (ďalej len „produkty a služby“).

Stratégie budú zadefinované počas workshopu organizovaného Poskytovateľom v rozsahu maximálne 2 pracovné dni na mieste dohodnutom obidvoma účastníkmi dohody.

1. Definovanie komunikačnej stratégie:

- Návrh komunikačnej a kreatívnej stratégie počas trvania dohody s ohľadom na produkty a služby Objednávateľa a stanovenú cieľovú skupinu v offline prostredí (TV, OOH, print, rádio, BTL formáty)
- Návrh komunikačnej a kreatívnej stratégie počas trvania dohody s ohľadom na produkty a služby Objednávateľa a stanovenú cieľovú skupinu v online prostredí (bannery, natívna reklama, aplikácie)
- Návrh komunikačnej a kreatívnej stratégie počas trvania dohody pre sociálne siete – návrh výberu relevantných sociálnych sietí s odporúčanou stratégiou tvorby obsahu komunikácie, ktorá je bližšie definovaná v časti 4) Digital
- Návrh timingu jednotlivých aktivít
- Koordinácia strategických a komunikačných aktivít

2. Definovanie Produktovej stratégie:

Značka Objednávateľa je prezentovaná vo všetkých komunikačných aktivitách portfólia, edukačných a CSR projektoch, marketingových spoluprákach a partnerstvách. Okrem image kampaní značky Objednávateľa, Objednávateľ komunikuje aj samostatné produkty a služby.

Poskytovateľ zanalyzuje a dodefinuje Brand Manual pre značku Objednávateľa a to najmä, ale nielen stratégiu tvorby názvov produktov a ich vizuálnej podoby, aby boli subbrandami základnej značky Objednávateľa a boli rozpoznateľné, že patria k umbrella značke Objednávateľa a navrhne spôsob riešenia s ich logami tak, aby bola jasná ich jednoznačná príslušnosť k umbrelle Objednávateľa.

Poskytovateľ zanalyzuje a dodefinuje vzťah celého produktového portfólia k umbrella značke Objednávateľa, ako aj vytvorí komunikačnú stratégiu smerujúcu k jednoznačnej priraditeľnosti k značke Objednávateľa.

Je potrebné zanalyzovať súčasnú komunikáciu produktov a služieb a nadefinovať možnosti zjednocujúcich prvkov pre všetky ATL a BTL komunikácie spoločnosti.

Je potrebné zdefinovať komunikačnú stratégiu počas trvania dohody s cieľom zjednotiť komunikáciu produktov/služieb Objednávateľa a jej priraditeľnosť k značke Objednávateľa.

Je potrebné nadefinovať timing vhodný pre jednotlivé komunikačné kampane

- Kreatívny návrh zjednocujúcich prvkov naprieč celou produktovou líniou
- Komunikačný manuál
- Kreatívne spracovanie navrhutej komunikačnej stratégie v rámci TV a video reklamy, príklad riešenia pre sociálne siete a online

Doplňujúce informácie k plneniu

Poskytovateľ pripraví stratégiu, ktorá bude v línii s odsúhlasenou komunikačnou stratégiou, ktorá je v línii s predmetom dohody a ktorá by mala predstavovať plánovanie komunikácie a prezentácie Objednávateľa a jej produktov a služieb počas trvania dohody. Stratégiu bude Poskytovateľ pripravovať na základe podkladov od Objednávateľa, ktoré získa na workshope a vlastného vyhľadania a analýz dostupných sekundárnych informácií o Objednávateľovi, konkurencii a jej komunikácii, produktoch a cieľových skupinách. Predmetom workshopu bude získanie vstupných informácií o Objednávateľovi vrátane pozicioningu v Slovenskej republike pri vykonávaní verejného zdravotného poistenia, informácie o cieľových skupinách, formách komunikácie s jednotlivými cieľovými skupinami, víziách a hodnotách Objednávateľa, cieľoch Objednávateľa a ďalších informácií požadovaných za účelom prípravy stratégie. Predpokladané požadované pozície na príprave stratégie Poskytovateľa sú stratég, account manager, kreatívny riaditeľ, art director, copywriter, strategic planner, account manager pre digitálnu komunikáciu, digital art director, digital copywriter, senior špecialista na sociálne siete.

Výsledkom procesu tvorby stratégie bude dokument (text, prezentácia, tabuľky), ktorý bude slúžiť ako podklad určujúci postup ako dosiahnuť strategické ciele Objednávateľa v oblasti všetkých nástrojov marketingovej komunikácie. Dokument bude odovzdaný a zároveň odprezentovaný Objednávateľovi.

V prípade zavedenia nového produktu alebo služby Poskytovateľ upraví/doplní existujúcu stratégiu v danom roku aj o stratégiu týkajúcu sa nového produktu alebo služby.

Po každej ATL kampani Poskytovateľ zrealizuje **post-testy kampaní** podľa vopred zadaného zadania a KPIs, ktoré budú odkonzultované s Objednávateľom. Post-testy budú zamerané na výkonnosť komunikácie (znalosť, atraktivitu, relevanciu, doručenie message,...) ako aj na hodnotenie značky, jej dynamiku a image, vrátane záverečných odporúčaní vychádzajúcich z analýzy dát zozbieraných v post-testoch.

Počas trvania zmluvného vzťahu bude Poskytovateľ predkladať Objednávateľovi na základe zadania zo strany Objednávateľa návrh rozpočtu k jednotlivým priebežným zadaniam podľa pokynov Objednávateľa.

2) KREATÍVA

ROZSAH POŽADOVANÝCH SLUŽIEB:

- 1) Vytvorenie kreatívnych konceptov k nadlinkovým (ATL) aj podlinkovým (BTL) kampaniam. Priebežná tvorba kreatívnych materiálov počas celého zmluvného vzťahu. Poskytovateľ pripraví kreatívny návrh v minimálnom rozsahu **4 celoplošné** a 3 taktické kampane, 4 sponzorské odkazy. Ku každej kampani predloží minimálne 3 koncepty návrhov. Vybraný kreatívny koncept bude obsahovať minimálne:
 - a) Storyboardy spolu s navrhovaným Voice Over
 - b) Návrhy claimu
 - c) Kľúčové vizuály
 - d) Návrh audioreklamy
 - e) Rozpracovanie návrhu do OOH a printových médií
 - f) Návrhy plagátov A1, A2, A3, A4, ich zalamanie a press dáta
 - g) Rozpracovanie pre POS – DL letáky, prípadné stickers – zalomenie a dopracovanie press dát
 - h) Pri kampani súvisiacej s novým produktom Objednávateľa návrh bude obsahovať aj návrh a dopracovanie design manuálu
 - i) Rozpracovanie návrhu do displejovej reklamy, bannerovej reklamy, video reklamy pre digitálne média, PPC.
- 2) Návrh a vytvorenie názvov nových produktov – 6x počas trvania dohody, ich subbrandov a ich loga/ikony.
- 3) Ad hoc grafické práce v rozsahu 80 hod/mesiac – pre tvorbu podkladov na weby Objednávateľa, plagátov a POS materiálov a iných nosičov mimo kampaňových vizuálov, podkladov pre online mimo hlavných kampaní, návrhov pre potlač reklamných predmetov, brandingov rôznych plôch a iné.
- 4) Tvorba e-bookov – vytvoriť 4 ebooky v rozsahu max 20 strán, informujúce o dianí u Objednávateľa a nových prípadne upravených produktoch/službách Objednávateľa, jej prebiehajúcich kampaniach a súťažiach.
- 5) Príprava informačných audio-video záznamov a prezentácií pre potreby interných školení, konferencií, partnerských spoluprác, eventov a seminárov (regionálne porady, roadshow, a pod.), prihlášok a prezentácií do súťaží v rozsahu celkom 22 počas trvania dohody
- 6) Návrh inštruktážnych videí k aplikácii Objednávateľa a epobočke, k aktivácii jednotlivých produktov/služieb a predstavovaniu jej služieb v rozsahu 10 inštruktážnych videí pre aktiváciu a používanie produktov a služieb Objednávateľa počas trvania dohody, v rozsahu do 300 sekúnd. Vysporiadanie práv účinkujúcich a tvorcov na použitie v online, in-store a za účelom interných prezentácií musí byť na časovo neobmedzené obdobie
- 7) Návrh a dopracovanie - zalomenie a tvorba press dát pre inzercie v rozsahu 100 inzerátov rôznych formátov počas trvania dohody.
- 8) Návrh designu výročnej správy, zalomenie a príprava press dát v rozsahu do 150 strán – 1x počas trvania dohody.

Pre vylúčenie akýchkoľvek pochybností platí, že v prípade, ak je predmetom poskytovania služieb, prípadne vyhotovenia diel, navrhnutie a/alebo vytvorenie akýchkoľvek kreatívnych návrhov, názvov produktov a ich vizuálnej podoby a iných kreatívnych výstupov podľa tejto prílohy, Poskytovateľ je povinný odovzdať návrhy v minimálnom počte 3. Objednávateľ je oprávnený sa k návrhom vyjadriť a vzniesť pripomienky a/alebo doplňujúce požiadavky. Poskytovateľ je povinný pripomienky a/alebo doplňujúce požiadavky Objednávateľa do dotknutých návrhov zapracovať a opätovne upravené návrhy predložiť Objednávateľovi, a to v lehote určenej Objednávateľom. Ak má Objednávateľ výhrady k forme, spôsobu a rozsahu zapracovania pripomienok a/alebo doplňujúcich požiadaviek k návrhu, je oprávnený vrátiť takýto upravený návrh Poskytovateľovi na prepracovanie.

Pre všetky plnenia uvedené v tejto prílohe platí, že súčasťou poskytovania služieb v rámci tejto dohody je aj poskytnutie otvorených dát (open data) ku všetkým grafickým podkladom. Poskytovateľ zabezpečí archiváciu vytvoreného materiálu 2 roky a odovzdá ho Objednávateľovi najneskôr pred ukončením platnosti a účinnosti dohody, prípadne na vyžiadanie.

Počas trvania zmluvného vzťahu bude Poskytovateľ predkladať Objednávateľovi na základe zadania zo strany VŠZP návrh rozpočtu k jednotlivým priebežným zadaniam podľa pokynov Objednávateľa. Vzájomná komunikácia bude prebiehať elektronickou formou. VŠZP na základe schváleného rozpočtu vystaví Poskytovateľovi objednávku.

3) PRODUKCIA

PRODUKCIA OFFLINE A ONLINE REKLAMY

Poskytovateľ bude zabezpečovať aj samotnú produkciu reklamných spotov, audiovizuálnych záznamov a zvukových záznamov, hraných, grafických alebo animovaných alebo v ich vzájomnej kombinácii, pre všetky mediatypy a v rôznych dĺžkach alebo strihových úpravách. V rozsahu 4 celoplošné a 3 taktické kampane, 4 x sponzorský odkaz.

Proces bude nasledovný:

Poskytovateľ bude predkladať minimálne 3 návrhy (koncepty) spotu vo forme storyboardu. Objednávateľom vybraný koncept rozpracuje do animatiku. Spolu s návrhom predkladá aj:

- návrh autorov, a to režiséra, vrátane návrhu treatmentu režiséra - režijná explikácia režiséra, autora hudby alebo návrh hudobnej zložky, ktoré podliehajú osobitnému schvaľovaciemu procesu,
- casting hlavných úloh a vedľajších úloh/dabingu, ktorí podliehajú osobitnému schvaľovaciemu procesu Objednávateľom
- návrh lokácií,
- návrh natáčacieho plánu,
- návrh technického scenáru,
- návrh rozpočtu

Pred samotným nakrúcaním/nahrávaním bude organizovať Poskytovateľ PPM – Pre Production Meeting za účasti režiséra a zástupcov účastníkov dohody.

Poskytovateľ zabezpečí **v rámci produkcie TV spotov a sponzorských odkazov** tieto požiadavky:

Pre každú celoplošnú **kampaň** je rozsah požadovaných produkčných prác v minimálnom rozsahu:

A) Televízne spoty

- produkcia 1x HERO televízneho spotu v časove dĺžke 30 sekúnd
- produkcia maximálne 4x doplnkových spotov v časovej dĺžke 20 alebo 15 sekúnd alebo 10 sekúnd podľa špecifikácie Objednávateľa
- produkcia derivátov spotov vo formátoch pre online použitie vo formátoch 16:9, 9:16, 4:5, 1:1 a produkcia online bumperov v dĺžke 6s
- zabezpečenie úkonov súvisiacich s produkciou televíznych spotov
- vysporiadanie práv na použitie nielen, ale najmä pre televízne vysielanie, online, in-store a POS médiá (pobočky, čakárne a iné)
- fotoprodukcia - profesionálna fotoprodukcia fotovizuálov s použitím print, outdoor, online, instore v počte 10 ks s fotografom s referenciami v reklamnej fotografii v kvalite min A3, 300 DPI (5760x3840 px, 22 Mpix) a making of fotky v počte min. 50 kusov, s použitím v online
- **doprava, strava** (formou polpenzie) a ubytovanie pre štáb a zástupcov Objednávateľa

B) Rozhlasové spoty

- produkcia 3x rozhlasového spotu v časove dĺžke 30 sekúnd alebo v dĺžke 20 sekúnd, 15 sekúnd alebo 10 sekúnd a výroba ďalších ich derivátov (napr. export pre call centrum)
- zabezpečenie úkonov súvisiacich s produkciou rozhlasových spotov
- vysporiadanie práv na použitie nielen, ale najmä pre rozhlasové vysielanie, online vysielanie a použitie v call centre

C) Kľúčový vizuál

- produkčné zabezpečenie fotenia 4x kľúčového vizuálu kampane a výroba ďalších derivátov podľa pokynov Objednávateľa
- Zabezpečenie úkonov súvisiacich s fotením kľúčových vizuálov
- vysporiadanie práv na použitie, a to nielen ale najmä pre OOH, online, print a in-store a POS médiá

D) Kasting

- produkčné zabezpečenie kastingu hercov do televízneho spotu a hlasového kastingu do rozhlasového spotu
- zabezpečenie a vysporiadanie práv pre Hero účinkujúcich v spote Objednávateľa (8 členná)
- zabezpečenie a vysporiadanie práv pre korporátny hlas Objednávateľa
- vysporiadanie honorárov hercov a autorských práv na použitie pre účely nielen, ale najmä televízneho, rozhlasového a online vysielania, in-store a POS médií a call centra
- honorár na ambasádora značky použitého v kampani

E) Hudba

- zabezpečenie vybranej hudby do televízneho a rozhlasového spotu a všetkých ich derivátov podľa bodov A) a B)
- vysporiadanie autorských práv na použitie pre účely nielen ale najmä televízneho, rozhlasového vysielania, online vysielania, in-store a POS médií a call centra

F) Produkčné práce

- Zabezpečenie potrebnej techniky
- Zabezpečenie služby location scoutingu a prenájmu vybranej lokality pre nakrúcanie
- Zabezpečenie a vybavenie zázemia pre natáčanie
- Kostýmy, make up
- Catering
- Doprava, strava (formou polpenzie) a ubytovanie pre štáb a zástupcov Objednávateľa
- Postprodukcia - kompletná postprodukcia, min. strih, color grading, color correction, 2D/3D grafika, 3D animácia
- Audiopostprodukcia
- Odmeny/honoráre - kompletný štáb vrátane vybraného režiséra, kameramana, hudobného skladateľa a fotografa ako aj odmeny za podanie umeleckého výkonu a udelenie licencií výkonných umelcov a účinkujúcich (neherci a komparz)
- Vytvorenie making of videa z nakrúcania kampane
- Archivácia – Poskytovateľ zabezpečí archiváciu nakrúteného materiálu a odovzdá ho Objednávateľovi pred ukončením dohody
- Predmet dodania – 1 originál (master) z každej dĺžky spotu pre Objednávateľa a počet vysielacích kópií/rozmnožení podľa technických podmienok v kvalite a počte určených televíziami (min. 4), rádiami, kinami inými médiami kde budú vysielané, prístupné, verejne vykonávané

Poskytovateľ v rámci sumy za vysporiadanie práv hercov a tvorcov pre územie Slovenskej republiky, zohľadní nasledujúce požiadavky pri každej kampani:

- vysporiadanie vysielacích práv a práv na použitie v offline médiách musí byť v rozsahu 2 mesiacov odo dňa prvého vysielania
- vysporiadanie práv na použitie v online, print médiách, OOH a POS/instore materiáloch musí byť v rozsahu 12 mesiacov odo dňa prvého vysielania
- mediamix plánovaných kampaní: TV, rádio, print, OOH, online, in-store a POS média

Upresnenie kreatívnych konceptov, termínov dodania kampaní a presná špecifikácia práv na vysporiadanie bude súčasťou jednotlivých objednávok k dohode.

Pri zhotovení spotu je Poskytovateľ povinný rešpektovať a zohľadniť akékoľvek právne a/alebo technické normy vzťahujúce sa na Spot, vrátane právnej úpravy vzťahujúcej sa na reklamu, ak z povahy Spotu nevyplýva inak.

V prípade, ak sa majú spoty umiestniť na sociálnej sieti Objednávateľa, Poskytovateľ je povinný spot zhotoviť aj v súlade s podmienkami takejto sociálnej siete.

Poskytovateľ je povinný predložiť Objednávateľovi návrh 3 konceptov vo forme storyboard, ako aj ostatné skutočnosti/návrhy predkladané s takýmto návrhom konceptu v zmysle tejto prílohy, a to v termíne/lehote určenej Objednávateľom v príslušnej objednávke.

Objednávateľ je oprávnený vybrať jeden z konceptov predložených Poskytovateľom na dopracovanie pre plnenie príslušnej Objednávky alebo tiež odmietnuť všetky predložené koncepty, a to v lehotách v súlade s objednávkou. V prípade, ak Objednávateľ odmietne všetky predložené koncepty, je povinný uviesť dôvod ich odmietnutia, pričom v takomto prípade platí predchádzajúci odstavec a tento odstavec opakovane, ak sa účastníci dohody výslovne nedohodnú inak. Objednávateľ je po opätovnom odmietnutí všetkých predložených konceptov zároveň oprávnený odstúpiť od dotknutej objednávky, pričom Poskytovateľovi nevzniká nárok na odplatu a ani nárok na úhradu vynaložených nákladov na tento účel.

Poskytovateľ zabezpečí archiváciu vytvoreného materiálu 2 roky a odovzdá ho Objednávateľovi pred ukončením dohody.

SPONZORSKÉ ODKAZY

Poskytovateľ dodá za obdobie trvania RD 4 sponzorské odkazy, ktoré budú obsahovať sponzorský odkaz pred, alebo po vysielaním v dĺžke 10 sekúnd.

PRODUKCIA POOL FOTOGRAFÍ

Pre použitie v online, ako aj ostatnej ATL a BTL komunikácii - v rozsahu maximálne 1 dňa fotenia exteriér+interiér zachytávajúce jednotlivých členov „8 člennej skupiny Hero účinkujúcich“ v jej reklamných spotoch. Fotografie by mali zachytávať členov v rôznych situáciách a interakciách v rámci interiéru domu a exteriéru záhrady, v rôznych fittingoch, vyjadrujúc želané emócie – výstup 25 kusov fotografií s členmi rodiny + 10 kusov fotografií detailov –rúk, rúk s telefónmi, partiklov a rekvizít používaných v komunikácii ako plyšové srdcia a pod.

Poskytovateľ v rámci sumy za vysporiadanie práv hercov a tvorcov pre územie Slovenskej republiky, zohľadní nasledujúce požiadavky:

- vysporiadanie práv na použitie v online, print, OOH, POS a in-store materiáloch musí byť v rozsahu 2 rokov

PRODUKCIA INŠTRUKČNÝCH VIDEÍ

K mobilnej aplikácii Poskytovateľa a epobočke, k aktivácii jednotlivých produktov/služieb a predstavovaniu služieb pre zadané cieľové skupiny, – v rozsahu 10 inštruktážnych videí počas trvania dohody, v rozsahu do 300 sekúnd. Vysporiadanie práv účinkujúcich a tvorcov na použitie v online, in-store a za účelom interných prezentácií, musí byť na časovo neobmedzené obdobie.

Poskytovateľ zabezpečí archiváciu vytvoreného materiálu 2 roky a odovzdá ho Objednávateľovi pred ukončením dohody.

Počas trvania zmluvného vzťahu bude Poskytovateľ predkladať Objednávateľovi na základe zadania zo strany Objednávateľa návrh rozpočtu k jednotlivým priebežným zadaniam podľa pokynov Objednávateľa. Vzájomná komunikácia bude prebiehať elektronickou formou. Objednávateľ na základe schváleného rozpočtu vystaví Poskytovateľovi objednávku.