

### **Kategória č. 5: Nákup mediálneho priestoru – online**

Názov čiastkovej zákazky: „**Nákup mediálneho priestoru - online reklamných formátov v Českej republike, Letná video kampaň 05.08-05.09.2024**“.

V súvislosti s realizáciou marketingovej kampane Letná video kampaň 2024 verejného obstarávateľa zameranej na propagáciu a prezentáciu Slovenska na českom trhu s cieľom podpory cestovného ruchu na Slovensku ako cieľovej krajiny, SLOVAKIA TRAVEL realizuje nákup mediálneho priestoru v zahraničí.

Predmetom zákazky je nákup reklamného priestoru v online prostredí podľa Špecifikácie Predmetu zákazky v bodoch nižšie a v súlade s Prílohou č.1B.

Predmet zákazky je Poskytovateľ povinný poskytnúť v termínoch uvedených v Špecifikácii Predmetu zákazky v bodoch nižšie a v súlade s Prílohou č. 1B.

Špecifikácia Predmetu zákazky v bodoch po jednotlivých plneniach:

1. Realizácia nákupu online reklamného priestoru v termíne 05.08-05.09.2024.
2. Zabezpečenie nasadenia a spustenia kampaní a reklamných formátov v súlade s Prílohou č. 1B.
3. Zabezpečenie rovnomerného nasadenia kampane počas celého dňa.
4. Priebežný reporting kampane po ukončení kalendárneho mesiaca do 10 dní, ktorý obsahuje detailné výsledky kampane v Excel výstupe a zahrnutie metrík: plánovaný počet impresií, plánovaný počet klikov, plánovaný počet videní videa, plánovaný počet prečítania článku, plánovaný reach, dosiahnutý počet impresií, dosiahnutý počet klikov, dosiahnutý reach, CPM, CPC, CPV, CTR, dosiahnutý počet videní videa, dosiahnutý počet prečítaní článku, dosiahnutá frekvencia (v závislosti od servovaných formátov, t.j. všetky odservované formáty musia byť odreportované príslušnými metrikami) + screenshoty z nasadenia všetkých formátov na všetkých webstránkach, kde bola kampaň rotovaná
5. Finálny reporting celej kampane – reporting po skončení kampane do 10 dní od ukončenia kampane, ktorý obsahuje detailné výsledky kampane v Excel výstupe a zahrnutie metrík: plánovaný počet impresií, plánovaný počet klikov, plánovaný počet videní videa, plánovaný počet prečítania článku, plánovaný reach, dosiahnutý počet impresií, dosiahnutý počet klikov, dosiahnutý reach, CPM, CPC, CPV, CTR, dosiahnutý počet videní videa, dosiahnutý počet prečítaní článku, dosiahnutá frekvencia (v závislosti od servovaných formátov, tj. všetky odservované formáty musia byť odreportované príslušnými metrikami)