

Příloha č. 6 - Zadání případové studie

Téma: Oslava výročí 100 let vysílání Českého rozhlasu (dále jen „výročí“) – návrh komplexní komunikační strategie, klíčového eventu/ů a případných navazujících akcí

Cíl: Rozšíření povědomí o výročí Českého rozhlasu napříč českou populací. Minimální souhrnná účast na eventu/ech v řádu tisíců návštěvníků.

Cílová skupina: Česká populace ve věku 15+

(Vycházíme z Kodexu Českého rozhlasu, který říká, že „Český rozhlas usiluje o to, aby maximum posluchačů našlo v rozhlasovém vysílání témata, která je zajímají. Z celku svého programu nevylučuje žádnou skupinu obyvatel nebo téma takové skupině vlastní.“)

Rozpočet: Maximální výše rozpočtu na kampaň vč. eventu/ů je 10.000.000,- Kč
(Rozpočet neobsahuje nákup médií. Předpokladem je, že Český rozhlas investuje do médií max. 15.000.000,- Kč v ceníkových cenách. Položkový rozpočet na nákup médií není součástí zadání případové studie. Předpoklad objemu slouží pro povědomí dodavatele o rozsahu projektu.)

Požadované výstupy:

1) **SWOT analýzu** s popisem jednotlivých silných i slabých stránek, hrozeb a příležitostí s ohledem na pořádání výročí, který je zásadním milníkem pro Český rozhlas i pro současnou českou společnost. Analýza bude odkazovat zejména na hrozby a klíčové příležitosti, které plynou z vnějšího konkurenčního prostředí. Měla by vycházet z postavení Českého rozhlasu v rámci tuzemského rozhlasového trhu a brát v potaz roli ČRo jako média veřejné služby v širokém společenském kontextu.

2) **Popis jednotlivých komunikačních kanálů a nástrojů**, které budou využity v rámci komplexní komunikační strategie k prezentaci výročí. Jednotlivé komunikační kanály a nástroje by se měly vhodně doplňovat a tvořit celek, který umožní silnou prezentaci značky Českého rozhlasu jako tradičního, ale moderního, sebevědomého a momentálně i nezbytného média.

3) **Plán doporučeného mediamixu** pro prezentaci výročí a klíčového eventu nebo série/skupiny eventů.

4) **Návrh klíčového vizuálu a logotypu výročí** s ohledem na image Českého rozhlasu jako tradičního, ale moderního, sebevědomého a současného média. Návrh bude brát v potaz cílové skupiny, celkový komunikační záměr.

5) **Vytvoření claimu**, který bude promovat výročí a případné navazující akce a bude moci sloužit jako jednotící prvek pro další doprovodné aktivity. Důraz bude kladen na originalitu, odlišitelnost a zapamatovatelnost.

6) **Návrh aplikace klíčového vizuálu kampaně** pro využití v outdoor prostředí (veřejné prostory). Koncept může pracovat i s působností ČRo v regionech – zastoupení ve všech krajích prostřednictvím regionálních rozhlasových studií. Dodavatel předloží pro účely hodnocení případové studie aplikaci klíčového vizuálu min. ve třech formátech: **A4 plakát, billboard, double bigboard**.

7) **Plán hlavního eventu, vč. jeho kreativního řešení, programu a položkového rozpočtu**, případně jednotlivých dalších navazujících akcí a možných doprovodných aktivit. Rozpočet eventu/ů je součástí celkového rozpočtu kampaně.

8) **Sestavení položkového rozpočtu kampaně a sestavení rámcového harmonogramu jednotlivých aktivit**. Důraz bude kladen na efektivitu finančních nákladů, reálný odhad nákladů, stanovení a dosažitelnost realistických cílů, proveditelnost a přehledné naplánování jednotlivých aktivit v rámci kampaně včetně načasování a návrhu struktury kampaně.

Požadavky na zpracování:

Max. 10 stran formátu A4 (1 strana = max. 1.800 znaků včetně symbolů a mezer) pro projektovou část a max. 20 stran příloh (obrazové materiály, tabulky, grafy, položkový rozpočet). Přílohy mohou být zpracovány také ve formátu .pdf nebo .ppt.