**Příloha č. 8 k žádosti o dotaci – výzva č. 12/2020**

**Popis realizace projektu, harmonogram a rozpočet projektu**

Název projektu: Příprava a realizace první fáze komunikační kampaně ke zvýšení povědomí o úsporách energie

Žadatel: …

Zodpovědný řešitel (Account Manager): …

Název podprogramu: P2 Podpora strategie v oblasti zvyšování energetické účinnosti

Aktivita: 2I Specifické projekty, projekty vzdělávání a studie 2020

**Popis realizace projektu**

*(Popis realizace projektu bude uveden v samostatné příloze s názvem Vlastní podrobný návrh kampaně a je možné uvést stručný popis projektu i do tohoto oddílu přílohy č. 8)*

…

**Harmonogram**

…

**Rozpočet projektu**

Celkový rozpočet ……..,- Kč (bez DPH)

Výše dotace ……..,- Kč (bez DPH)

Spolufinancování ……..,- Kč (bez DPH, 10% spolufinancování)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Poptávané služby** | **Požadované plnění v rámci kampaně** | **Rozpočet** |
| Kreativa kampaně | * Konkrétní kreativa kampaně
* Klíčové vizuály, grafický styl, základní claimy, grafické prvky a guidelines pro jednotlivé kanály
 |  |
| Webové stránky | * Vytvoření kampaňového webu / landing-page kampaně
* Možno řešit úpravou (podstránkou) webu chytra-volba.cz, nebo samostatným webem/microsite.
* Wireframes, grafika, programování, kódování
* + Správa webu, hosting, doména
 |  |
| 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 lifestylovými médii.
* Objem práce v rozsahu cca 45 hodin měsíčně
 |  |
| Placené online PR, popř. iDvertorial | * Media budget – 160.000,- Kč
* Příprava textů a grafických materiálů (infografiky, vizuály, fotografie…)
* Vedení a správa kampaně
 |  |
| Sociální sítě | * Vybudování a odladění potřebných profilů na sociálních sítích (předpokládá se jejich další využití v dalších fázích kampaně)
* Správa sociálních sítí, tvorba obsahu, copywritiing, grafické práce
* Promování obsahu, zajištění dosahu příspěvků
* Vedení kampaně
* Media budget na promování postů – měsíčně 10.000,- Kč
 |  |
| Produkce videí | * Tvorba spotů – 3 spoty pro online využití
* Videa 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
 |  |
| 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)
 |  |
| 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
 |  |
| 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
 |  |
| 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
 |  |
| **CELKOVÝ ROZPOČET KAMPANĚ (bez DPH)** |  |
| **DPH** |  |
| **CELKOVÝ ROZPOČET KAMPANĚ (včetně DPH)** |  |