**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)** | |  |