

SPECIFIKACE PŘEDMĚTU PLNĚNÍ

Předmětem plnění je vytvoření a ověření strategie osvětové a náborové kampaně pro zájemce o výkon náhradní rodinné péče s důrazem na pěstounskou péči, jejímž cílem bude zvýšit povědomí o výkonu pěstounské péče mezi potenciálními zájemci a vytvořit pozitivní obraz náhradní rodinné péče s důrazem na pěstounskou péči u široké veřejnosti.

Vzhledem k současnému nedostatku zájemců o výkon pěstounské péče, kdy jedním z hlavních důvodů je nedostatek povědomí o náhradní rodinné péči a potřebách dětí, které v náhradní rodinné péči vyrůstají, je v rámci individuálního projektu Objednatele s názvem „*Systémová podpora procesů transformace systému péče o ohrožené děti a rodiny*“ úkolem Poskytovatele toto povědomí u veřejnosti vytvořit a informovat veřejnost o náhradní rodinné péči a zejména o pěstounské péči.

Součástí předmětu plnění je rovněž pilotní ověření vytvořené kampaně v praxi, a to v Moravskoslezském kraji. Cílem a účelem pilotního ověření vytvořené kampaně je, v rámci ověřování jednotného systému výkonu náhradní rodinné péče, získání nových zájemců o výkon pěstounské péče. Na základě provedeného pilotního ověření je Poskytovatel povinen vyhodnotit dopad vytvořené kampaně a navrhne případné změny pro její další využití.

Kampaň musí být zaměřena lokálně a v průběhu její realizace musí být zohledněno především aktuální dění v Moravskoslezském kraji, zejména musí být využity příležitosti, které jsou vhodné pro zvýšení povědomí o výkonu pěstounské péče (např. konference nebo společenské akce zaměřené na problematiku náhradní rodinné péče). Z tohoto důvodu není možné dopředu stanovit harmonogram kampaně.

Kampaň musí využívat jak lokální, tak celostátní média.

SPECIFIKACE PŘEDMĚTU PLNĚNÍ

Součástí předmětu plnění je následující:

a. uveřejnění 17 článků v internetovém zpravodajství seriózního celostátního zpravodajského deníku členěného na jednotlivé rubriky (např. internetový portál MF Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny¹) **na garantované pozici v lokální rubrice určené pro Moravskoslezský kraj**

- všechny články, jejichž uveřejnění je požadováno, zajistí Objednatel
- součástí každého článku musí být 5 ilustračních fotografií a/nebo video, které zajistí Objednatel

Objednatel požaduje, aby **1. článek** specifikovaný v bodu a. této Specifikace byl uveřejněn **2. kalendářní měsíc** po uzavření Smlouvy a ostatní články každý následující kalendářní měsíc, s tím, že v každém kalendářním měsíci musí být uveřejněny 2-3 články, přičemž uveřejnění posledních článků je předpokládáno **nejpozději v říjnu 2015**.

¹ Volba internetového zpravodajství celostátního deníku je ponechána zcela na uchazeči

b. uveřejnění 13 článků v internetovém zpravodajství seriózního celostátního zpravodajského deníku (např. internetový portál MF Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny²) v **individuálních rubrikách** (např. příloha pro ženy, zprávy, krajské zpravodajství)

- všechny články, jejichž uveřejnění je požadováno, zajistí Objednatel
- součástí každého článku musí být 5 ilustračních fotografií a/nebo video, které zajistí Objednatel

Objednatel požaduje, aby **1. článek** specifikovaný v bodu b. této Specifikace byl uveřejněn **2. kalendářní měsíc** po uzavření Smlouvy a ostatní články každý následující kalendářní měsíc, s tím, že v každém kalendářním měsíci musí být uveřejněny 1-2 články, přičemž uveřejnění posledních článků je předpokládáno nejpozději v **říjnu 2015**.

c. 35 hypertextů v internetovém zpravodajství seriózního celostátního zpravodajského deníku (např. internetový portál MF Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny³) v **lokální rubrice určené pro Moravskoslezský kraj**

d. umístění 40 bannerů minimální velikosti widesquare 300 x 300 px v internetovém zpravodajství seriózního celostátního zpravodajského deníku (např. internetový portál MF Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny⁴), v **lokální rubrice určené pro Moravskoslezský kraj**

e. umístění 60 bannerů na vyhledávači vlakových a autobusových spojení v ČR – www.idos.cz nebo na portálu www.aktualne.cz nebo na portálu www.zena.cz.

f. zajištění PPC (platba za kliknutí) **kampaně** na 2 nejnavštěvovanějších vyhledávacích serverech v ČR (tj. Google.cz a Seznam.cz) a na nejnavštěvovanější sociální síti v ČR (www.facebook.cz)

g. zajištění TOP textové vyhledávací kampaně v internetovém zpravodajství seriózního celostátního zpravodajského deníku (např. internetový portál MF Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny⁵) v rozsahu 1000 kliků/měsíc

h. zajištění PR aktivit, a to v rozsahu **4 tiskových konferencí**. Tiskové konference se musí konat v **Ostravě**.

Poskytovatel je povinen zajistit vhodné prostory pro konání konferencí pro 40 osob, rovněž je povinen zajistit výrobu a distribuci pozvánek a drobné občerstvení (káva/čaj, nealko nápoj, 2 ks chlebičků/koláčů na osobu). Na každou tiskovou konferenci je Poskytovatel povinen pozvat zástupce minimálně 20 regionálních a celostátních médií.

Ke každé tiskové konferenci je Poskytovatel povinen zpracovat **1 tiskovou zprávu v rozsahu 1 strany A4** (celkem tedy 4 tiskové zprávy) + vytvořit **fotodokumentaci o počtu 10 fotografií** (fotografie nebudou součástí tiskové zprávy, tzn., že tisková zpráva jako taková bude obsahovat pouze text, nikoliv fotografie). Objednatel si vyhrazuje právo schvalovat Poskytovatelem zpracované tiskové zprávy, a to ve lhůtě max. 5 pracovních dnů od jejich předání a převzetí

² Volba internetového zpravodajství celostátního deníku je ponechána zcela na uchazeči (nemusí být totožný s celostátním deníkem dle předchozího písm.)

³ Výběr internetového zpravodajství celostátního deníku musí být totožný s celostátním deníkem dle písm. a

⁴ Volba internetového zpravodajství celostátního deníku je ponechána zcela na uchazeči (nemusí být totožný s celostátním deníkem dle předchozího písm.)

⁵ Výběr internetového zpravodajství celostátního deníku musí být totožný s celostátním deníkem dle písm. a

Objednatelům,

Výstupem plnění musí být min. následující:

- nákup mediálního prostoru
- realizaci mediální kampaně v Moravskoslezském kraji
- pravidelný měsíční report Objednateli o realizovaných aktivitách souvisejících s realizací předmětu plnění
- kopie zveřejněných článků/textů v tištěné i elektronické verzi včetně uvedení média a data zveřejnění, ve kterém byly uveřejněny
- **návrh komunikační strategie** dle výsledků pilotního ověření kampaně (včetně definice cílových skupin a navržení preferovaných médií pro definované cílové skupiny (medialist))
- **závěrečná zpráva** v rozsahu minimálně 20 normostran obsahující min. následující:
 - ☐ vyhodnocení efektivity mediální kampaně a jejích jednotlivých forem;
 - ☐ návrh změn oproti realizované mediální kampani a optimálním postupům;
 - ☐ optimální postupy plánování strategie náboru (identifikace cílové skupiny, volba komunikačních kanálů, způsob oslovení, doporučení ke grafickému a obsahovému zpracování komunikačních nástrojů – kreativita, inovativnost).

Závěrečná zpráva a návrh komunikační strategie musí být Objednateli předány do 20 ti pracovních dnů od ukončení kampaně.