

Príloha č. 1: Opis predmetu zákazky

1. Opis predmetu zákazky

Názov zákazky	Zima na Slovensku 2021/2022
Spoločný slovník obstarávania (CPV)	79341400-0 Služby týkajúce sa reklamnej kampane, 79340000-9 Reklamné a marketingové služby, 79342000-3 Marketingové služby
Idea	Príprava kreatívneho návrhu na podporu zimného cestovného ruchu rozpracovaného do jednotlivých nosičov a formátov. Grafická, copytextová a produkčná príprava. Cieľom je priniesť kreatívny koncept, ktorý dokáže užívateľa obsahovo zaujať, inšpirovať. Musí byť pre neho užitočný a musí ho doviesť ho k akcii. Súčasťou dizajnu manuálu je aj subheadline „Dovolenka na Slovensku – dobrý nápad“, prípadne pre zahraničie „Travel to Slovakia, good idea“. Bude nevyhnutné použiť to ako logo/branding a) Krajiny, v ktorých bude prebiehať kampaň: Slovensko b) Produkty*: - Hory (napr. turistika, skialp, bežky, lyžovanie), prípadne menej tradičné zimné športy - Wellness a kúpele (napr. liečebné pobyty, termálne kúpaliská, wellness pobyty) *Nekomunikujeme konkrétne objekty, ale celkovo „kategóriu“. URL: www.slovakia.travel a jej podstránky
Formát kampane	<u>Online:</u> - Bannery (sociálne siete, GDN,...) 2 exekúcie videa do 30 sec s možnosťou jeho prispôsobenia dĺžky (YouTube, sociálne siete) <u>Rádio</u> 2 exekúcie rádiového reklamného spotu do 30 sec, prípadne iný kreatívny formát, prostredníctvom ktorého doručíme key message
Opis predmetu zákazky	a) Vypracovanie kreatívneho návrhu (zjednocujúci prvok celej kampane, z ktorého následne vieme vypracovať komunikáciu na jednotlivé produkty). b) Vytvorenie kľúčového vizuálu pre online, ktorý následne náš interný tím rozpracuje na ďalšie formáty (v skratke – jeden vizuál, ktorý bude ako „šablóna“ do ktorej budeme vedieť vložiť ďalšie produkty – turistika, lyžovanie, liečebné pobyty,...) c) produkcia: 2x exekúcia videa do 30 sec s možnosťou jeho prispôsobenia dĺžky (YouTube, sociálne siete) 2x exekúcia rádiového reklamného spotu do 30 sec, prípadne iný kreatívny formát, prostredníctvom ktorého doručíme key message d) supervízia nad výstupmi interného tímu (grafické práce) v počte 20 hodín. Koncept plánujeme ponúknuť aj oblastným a krajským organizáciám cestovného ruchu, ktoré by ho mohli používať na komunikáciu vlastných produktov počas zimnej sezóny.
Časový rámec kampane	november 2021 – marec 2022
Zadanie	Brief_Zimna kampan 2021 – príloha Opisu predmetu zákazky

Príloha k opisu predmetu zákazky

Klient: SLOVAKIA TRAVEL	Dátum zaslania požiadavky:
Názov kampane: Zima na Slovensku 2021/2022	DDL na zaslanie návrhov:
Štart kampane: november 2021	Prezentácie zaslaných návrhov:
Trvanie kampane: november 2021 – marec 2022	Výber víťazného uchádzača:

Základné informácie o SLOVAKIA TRAVEL

SLOVAKIA TRAVEL vznikla 1. 4. 2021 a je štátnou rozpočtovou organizáciou špecializovanou na marketing a propagáciu Slovenska ako aktívnej turistickej destinácie na domacom a zahraničnom trhu. V lete 2021 spustila prvú väčšiu kampaň na podporu domáceho cestovného ruchu, ktorá prebiehala v online aj offline prostredí. Cieľom kampane bolo odprezentovať domácej cieľovej skupine to najzaujímavejšie čo Slovensko ponúka a poskytnúť tipy na výlety a dovolenky.

Východisková situácia

V dôsledku rôznych protipandemických obmedzení sa zimná sezóna cestovného ruchu na Slovensku v roku 2020 prakticky úplne zastavila. Na jar a v letných mesiacoch roka 2021 postupným odstraňovaním rôznych obmedzení vykazuje cestovný ruch známky čiastočnej zmeny trendu k lepšiemu. Z predchádzajúceho obdobia vieme, že otvorenie hraníc, väčšia mobilita ľudí, návštevy hromadných podujatí v letných mesiacoch budú mať výrazný dopad na vývoj počtu infikovaných aj napriek rastúcemu počtu zaočkovaných. Táto situácia bude sprevádzaná cestovnými obmedzeniami, obavami o bezpečnosť pri cestovaní a týždňovými zmenami pravidiel podľa aktuálneho stavu (covid automat) čo môže spôsobiť ďalšie spomalenie rastu cestovného ruchu.

Toto všetko sú faktory, ktoré majú vplyv na dôveru domácich a zahraničných spotrebiteľov a rozhodujú pri ich voľbe kde budú nasledujúce obdobie tráviť voľný čas/dovolenku. Medzinárodné obmedzenia však pravdepodobne budú platiť skôr ako obmedzenia domáceho pohybu a preto bude na nasledujúcu sezónu domáce cestovanie prioritou a možnou prvou voľbou pre Slovákov.

Aj napriek pandémie považuje cestovanie v roku 2021 za bezpečné až 55 percent opýtaných cestovateľov - ako rizikové ho označilo iba 14 percent opýtaných, zvyšní zvolili neutrálnu odpoveď. (prieskum agentúry Pelikan, apríl 2021)

Spoločným menovateľom, ktorý ovplyvňuje rozhodovanie spotrebiteľov či už v prípade cestovania za prácou, plánovania dovolenky, prípadne kratších výletov je neistota.

Plánovaná kampaň by mala pozitívne motivovať k zodpovednému plánovaniu zimnej dovolenky či kratších výletov.

Tone of voice

Ako národná turistická organizácia chceme komunikovať jasným a konzistentným štýlom. A to najmä cez pozitívny a priateľský jazyk s cieľom ľudí informovať, inšpirovať a zabaviť, nie poučať a prikazovať. Adresátovi vykáme resp. oslovujeme skupinu nie jednotlivca.

Key Message

Slovensko je ideálnou krajinou na zimnú dovolenku z pohľadu bezpečnosti, dopravnej dostupnosti a komplexnosti zážitkov. Aktívna dovolenka, pohyb na čerstvom vzduchu pri rôznych športoch kombinovaný so spa/kúpeľmi/wellness môže práve v čase pandémie pozitívne vplývať na náladu a zdravie spotrebiteľov.

Ciele

a) Marketingové

– Zvýšenie počtu prenocovaní v SR či už domácimi alebo zahraničnými turistami, zvýšenie počtu návštevníkov jednotlivých Points of Interest.

b) Komunikačné

- Budovať povedomie o Slovensku ako o krajine, ktorá je atraktívna z pohľadu trávenia zimnej dovolenky.
- Zvyšovať povedomie o Points of Interest v zimnom období, ktoré sú výnimočné a majú potenciál vzbudiť záujem jednotlivých cieľových skupín.
- Zvyšovanie poznateľnosti SLOVAKIA TRAVEL ako strešnej organizácie na propagáciu Slovenska.

Cieľová skupina

Mladí ľudia a ľudia v produktívnom veku

Rodiny s deťmi

Seniori

Nosiče

Online:

- Sociálne médiá (FB, IG, influenceri, súťaže,...)
- Google Display Network
- YouTube

Rádio

Formáty kampane

Online:

- Bannery (sociálne siete, GDN,...)
- 2 exekúcie videa do 30 sec s možnosťou jeho prispôsobenia dĺžky (YouTube, sociálne siete)

Rádio

- 2 exekúcie rádiového reklamného spotu do 30 sec, prípadne iný kreatívny formát, prostredníctvom ktorého doručíme key message

Zadanie

Príprava kreatívneho návrhu na podporu zimného cestovného ruchu rozpracovaného do jednotlivých nosičov a formátov. Grafická, copytextová a produkčná príprava. Cieľom je priniesť kreatívny koncept, ktorý dokáže užívateľa obsahovo zaujať, inšpirovať. Musí byť pre neho užitočný a musí ho do viesť ho k akcii.

Súčasťou dizajn manuálu je aj subheadline „Dovolenka na Slovensku – dobrý nápad“, prípadne pre zahraničie „Travel to Slovakia, good idea“. Bude nevyhnutné použiť to ako logo/branding

a) Krajiny, v ktorých bude prebiehať kampaň: Slovensko

b) Produkty*:

- Hory (napr. turistika, skialp, bežky, lyžovanie), prípadne menej tradičné zimné športy
- Wellness a kúpele (napr. liečebné pobyty, termálne kúpaliská, wellness pobyty)

*Nekomunikujeme konkrétne objekty, ale celkovo „kategóriu“.

URL: a jej podstránky

Čo očakávame od agentúry

a) Vypracovanie kreatívneho návrhu (zjednocujúci prvok celej kampane, z ktorého následne vieme vypracovať komunikáciu na jednotlivé produkty).

b) Vytvorenie kľúčového vizuálu pre online, ktorý následne náš interný tím rozpracuje na ďalšie formáty (v skratke – jeden vizuál, ktorý bude ako „šablóna“ do ktorej budeme vedieť vložiť ďalšie produkty – turistika, lyžovanie, liečebné pobyty,...)

c) produkcia:

- 2x exekúcia videa do 30 sec s možnosťou jeho prispôsobenia dĺžky (YouTube, sociálne siete)
- 2x exekúcia rádiového reklamného spotu do 30 sec, prípadne iný kreatívny formát, prostredníctvom ktorého doručíme key message

d) supervízia nad výstupmi interného tímu (grafické práce) v počte 20 hodín.

Koncept plánujeme ponúknuť aj oblastným a krajským organizáciám cestovného ruchu, ktoré by ho mohli používať na komunikáciu vlastných produktov počas zimnej sezóny.