

Predmet a účel súťaže:

Cieľom súťaže je získať komplexný návrh marketingovej **destinačnej kampane KRAJ UNIKÁTOV** - Prešovský kraj, zabezpečenie výstupov a realizáciu marketingovej kampane. Realizácia kampane prebehne v hlavnej turistickej sezóne roka 2024, t.j. počas mesiacov jún až september 2024.

Účelom súťaže je výber dodávateľa s čo najzaujímavejším návrhom, ktorý následne víťazný uchádzač pre vyhlasovateľa zrealizuje. Presnejšie obsahové východiská a požiadavky na súťažný návrh sú obsahom Zadania.

Predpokladaná hodnota kampane 40 tis. eur s DPH (+/- 15%), ktorá zahŕňa:

- Autorskú ideovo-kreatívnu časť a stratégiu kampane
- Definovanie vizuálnej roviny komunikácie
- Produkciu všetkých navrhovaných formátov (vrátane vizuálnych a grafických prvkov a všetkých diel) kampane
- Media-mix a rozpočet kampane s ohľadom na jednotlivé výdavkové oblasti (t.j. príprava kampane, mediálny budget, realizácia kampane)

Súťažné návrhy musia obsahovať riešenie v nasledujúcom rozsahu:

A, Autorská ideovo-kreatívna časť a stratégia kampane

B, Definovanie vizuálnej roviny komunikácie

- Návrh vizuálu kampane (jpg), kde bude spracovaný názov kampane, slogan, resp. hlavná myšlienka. Jeden návrh vizuálu online komunikácie na sociálnych sieťach. Jeden návrh vizuálu OOH komunikácie.

C, Media-mix a rozpočet kampane s ohľadom na jednotlivé výdavkové oblasti (t.j. príprava kampane, mediálny budget, realizácia kampane)

- Návrh rozpočtu by mal obsahovať rozloženie financií pre offline a online komunikačné kanály v rámci propagácie. Súčasťou návrhu je jeho slovné odôvodnenie.

V prípade, že súťažný návrh nebude obsahovať niektoré náležitosti definované týmito súťažnými podmienkami, vyhlasovateľ má právo si ich od účastníka dodatočne vyžiadať alebo ho zo súťaže vylúčiť.

Typ súťaže:

Verejná neanonymná jednokolová súťaž vyhlásená pre vopred neurčený počet účastníkov. Vyhlasovateľ súťaže sa zaväzuje po vyhodnotení a ukončení súťaže uzavrieť s víťazným uchádzačom zmluvný vzťah na kompletnú realizáciu kampane podľa jeho súťažného návrhu.

Účastníci súťaže: Súťaže sa môže zúčastniť fyzická osoba – SZČO alebo právnická osoba, ktorá vykonáva činnosti kreatívnej, digitálnej alebo marketingovej agentúry, a zároveň **preukázateľne realizovala alebo spolupracovala na realizácii kreatívnych marketingových kampaní podobného a väčšieho rozsahu** (min. jedna zákazka

podobného typu). Splnenie týchto kritérií účastník doloží čestnými vyhláseniami o oprávnení podnikateľ v danom odbore a o odbornej praxi účastníka.

Každý účastník môže do súťaže predložiť max. jeden súťažný návrh.

ZADANIE:

Destinačná kampaň KOČR Severovýchod Slovenska

Prešovský kraj – KRAJ UNIKÁTOV

Klient:

Krajská organizácia cestovného ruchu Severovýchod Slovenska. Organizácia založená v zmysle zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v roku 2012. Zakladateľom je Prešovský samosprávny kraj spolu s oblasťnými organizáciami cestovného ruchu (OOCR). KOČR Severovýchod Slovenska je sa zaoberá destinačným manažmentom - marketing a rozvoj cestovného ruchu na území Prešovského kraja.

Organizácia má za sebou niekoľko menších i väčších kampaní, ktoré pracovali s rozmanitým turistickým potenciálom kraja – Kraj kultúrnych pamiatok, Nadýchni sa, Legendarium a súťažných formátov kampaní ako napr. Dovolenka na bajku, Zimná výzva, Chod' a fot', Cyklopátrania Prešovským krajom a iné menšie súťažné formáty s cieľom propagácie územia a priamej iniciácie jeho navštívenia.

Zadanie:

Komplexný návrh **marketingovej destinačnej kampane KRAJ UNIKÁTOV** - Prešovský kraj, zabezpečenie produkcie všetkých potrebných výstupov a realizácia marketingovej kampane. Originálna a pútavá kampaň, ktorá vyvolá záujem verejnosti. Kampaň by mala vytvoriť základ pre dlhodobú komunikáciu destinácie (v budúcnosti bude pokračovať v podobnej tonalite ako dlhodobý komunikačný a marketingový nástroj destinácie).

Cieľová skupina:

25 - 55 rokov

Slovenská republika – prioritne krajské mestá, Bratislavský kraj, stred a východ SR

Zájmy: turistika, relax, cestovanie, spoznávanie nových miest, zážitkový turizmus, dovolenka na SR, nerozhodnutí dovolenkári (plánujú dovolenku, ale nemajú konkrétnu predstavu o lokalite)

Východisko:

Prešovský kraj bol v predošlých rokoch predstavený vo viacerých komunikačných konceptoch (Kraj kultúrnych pamiatok, Kraj príležitostí, Kraj plný zážitkov, Nadýchni sa). Jednou z hlavných definícií turistického potenciálu kraja je jeho rozmanitosť a bohatstvo ponuky, ktoré

na území kraja spája 5 národných parkov, 180 chránených území, 5 lokalít UNESCO, vyše 30 drevených chrámov, dve desiatky hradov a zrúcanín, bohatstvo minerálnych prameňov voľne dostupných v prírode, skanzeny a lokality ľudovej architektúry, jedinečnú kultúru či religióznu pestrosť. Množstvo turistických atraktivít (point of interest POI) sa radí medzi ojedinelé národné, európske a svetové unikáty. Na základe týchto skutočností a turistického potenciálu vznikol hlavný claim destinácie KRAJ UNIKÁTOV. Výber unikátov je súčasťou Zadania - Zoznam preferovaných lokalít kampane (viď nižšie).

Na území kraja sú viaceré známe, turisticky silné lokality ako Vysoké Tatry a Pieniny, na strane druhej kraj disponuje množstvom zaujímavostí a lokalít s veľkým potenciálom, ktoré nie sú ešte spopularizované, resp. sú známe v danom regióne (Poloniny, Park tmavej oblohy, drevené chrámy, oblasť Dukla, Šariš, Levočské vrchy, Medzilaborce a iné). Dlhodobou snahou je zvýšiť návštevnosť týchto menej známych lokalít, podporiť využívanie miestnych služieb vrátane využitia lokálnych produktov, remesiel a autentických zážitkov, ktoré POI ponúkajú.

KOCR SVS v r. 2024 na podporu využitia služieb a zvýšenie návštevnosti spúšťa predaj zážitkových produktov cestovného ruchu (prostredníctvom webu severovychod.sk/zazitky). Vybrané zážitkové produkty budú súčasťou destinačnej kampane Kraj unikátov.

Ciele a očakávané výsledky:

- Cieľom kampane je zvýšiť povedomie verejnosti o Prešovskom kraji ako Kraji unikátov. Propagovať Prešovský kraj ako cieľovú destináciu s množstvom unikátnych atraktivít, lokalít a zážitkov pre návštevníkov a rôzne cieľové skupiny. Upriamiť pozornosť na možnosti využitia POI a silných subdestinácií kraja a tiež menej známych lokalít kraja (autenticita, dark turizm, relax, objavovanie).
- Zvýšiť návštevnosť Prešovského kraja, využitie služieb a zážitkových produktov z eshopu www.severovychod.sk.
- Zvýšenie návštevnosti stránky www.severovychod.sk
- Reflektovanie hodnôt udržateľnosti a ekologických foriem turizmu

Ukazovatele výkonnosti (KPI) kampane: Dosah kampane - Počet návštevníkov webu - CTR reklamných formátov, návštevnosť Prešovského kraja (regióny)

Trvanie: 6/2024 až 09/2024 (silné mesiace - jún, júl, august)

Rozpočet: 40 000 eur

Forma a predpokladané výstupy:

- Online propagácia - Facebook, Instagram, YouTube, Google Ads a iné (videá, promo spoty, reels, in-stream, grafické vizuály)
- OOH – billboardy, citylighty, pútače (len grafické návrhy, bez objednania inzercie)
- Podpora predaja vybraných (max 5) zážitkových produktov z eshopu severovychod.sk (optimalizácia SEO a pod.)
- Ďalšie kanály podľa návrhu dodávateľa zohľadňujúce možnosti rozpočtu a ciele kampane (online portály, influenceri atď.)
- Súčasťou návrhu môže byť aj merchandise (predaj na eshope severovychod.sk)

- Súčasťou návrhu môžu byť aj iné outdoorové alebo hmatateľné súčasti kampane (prvky drobnej turistickej infraštruktúry a pod.). Zadávatel' KOČR Severovýchod Slovenska pripravuje inštaláciu troch fotorámov na unikátnych miestach, ktoré by niesli vizuálnu identitu kampane Kraj unikátov.

Usmernenia:

- Využitie dizajnmanuálu KOČR Severovýchod Slovenska
- Zahrnúť povinnú publicitu – Ministerstvo cestovného ruchu a športu SR (logo a text realizované s finančnou podporou Ministerstva cestovného ruchu a športu Slovenskej republiky – vybrané formáty reklamy – OOH, offline a online inzercia)
- Vedieť operatívne zahrnúť produkty cestovného ruchu KOČR (Legendarium, Dovolenka na bajku 2024)

Podklady:

- možnosť využiť širokú fotobanku KOČR (prípadne doplniť fotobanku KOČR SVS o zábery ošetrované autorstvom) + niekoľko promo videí vrátane promo videa Prešovského kraja
- prístup do konta Google Analytics, Ads a soc. siete Facebook [Severovýchod Slovenska](#), Instagram [Northeast slovakia](#)
- dizajnmanuál [KOČR Severovýchod Slovenska](#)

ZOZNAM PREFEROVANÝCH LOKALÍT KAMPANE

Presný zoznam lokalít bude zadefinovaný po vzájomnej dohode s víťazným uchádzačom.

Príklady unikátov:

Základné informácie s TOP atraktivitami: <https://www.severovychod.sk/clanok/top-atraktivita-presovskeho-kraja-v-novej-brozure>

- [Vysoké Tatry](#): Činkovanie Štrbské pleso, Chata pri Zelenom plese, Lomnický štít, trickartové a zážitkové zariadenia Tricklandia/Poliankovo/Kvantárium; tatranské chaty, menej známe trasy a lokality (napr. Mengusovská dolina, Dolina Bielej vody,)
- **Vysoké Tatry – Podhorie**: Poprad – Kniežacia hrobka v Podtatranskom múzeu, Spišská Sobota – his. centrum, Liptovská Teplička – zemiakové pivničky a terasovité polia, Šoldov – archeologické nálezisko pri Štrbe, Kočiarove múzeum P. Baláža, Glass Ateliér Štôla
- [Belianske Tatry](#): Ždiar, Chodník korunami stromov, Osturňa s výhľadmi, Belianska jaskyňa, [Pod Muráňom](#), [Drevený Kostol sv. Anny v Tatr. Javorine](#)
- [Pieniny](#): Prielom Dunajca, splav Dunajca (plte, rafty), Múzeum Červený Kláštor, , [Cesta minerálnych prameňov](#), goralská kultúra, Šľachovky

- **Šariš:** Lačnovský kaňon, Jaskyňa Zlá diera, Prešov (NKP Solivar, Kalvária, synagóga, Caraffova väznica), EuroVelo 11 a hradný most Sarus (Veľký Šariš), Sabinov – oscarové mesto
- **UNESCO:**
 - Levoča, Spišská Kapitula, Spišské Podhradie (+ Sivá brada, Spišský Jeruzalem)
 - Drevené chrámy Karpatského oblúka: Hervartov, Bodružal, Ladomirová, Kežmarok
 - Bardejov
 - Karpatské bukové pralesy
- **Slovenské opáľové bane**
- **Poloniny:** trojhrianičný vrchol Kremenec, Park tmavej oblohy Poloniny, Kolonické sedlo – observatórium, vodná nádrž Starina, Lúka Medovej baby, drevený chrám Topoľa, Dvere do Polonín (Ulič), cyklotrasy Poloniny Trail, rusínska kultúra
- **Drevené chrámy** (výnimočnosť Prešovského kraja – vyše 30 chrámov, väčšina postavená bez kovových klincov)
- **Horný Zemplín:** Habura – socha kniežaťa Laborec, Humenné – kaštieľ a skanzen, Osadné – krypta s ostatkami vojakov 1WW, Zemplínske Hámre – outdoorové múzeum (náučný chodník)
- **Hrady** (2 veľké hrady, 14 zrúcanín): Hrad Ľubovňa, Kežmarský hrad, šesť hradov v okolí Prešova (Šariš, Kapušiansky hrad, Soľnohrad, Lipovce, Šebeš, Obišovce (Košícky kraj)), Hrad Brekov, Čičva (spojený s A. Báthory), Jasov, Hrad Zborov, Plaveč a iné
- **Turistika za zážitkami a výhľadmi:**
 - príklady: Levočské vrchy – Lavička lásky, Marčulina Slanské vrchy
 - Sninský kameň
 - Vyhliadkové veže
 - Military tourism 2 WW: Údolie smrti, Dukla, Vojenské bunkre Vyšný Komárnik, Svidník – Vojenské historické múzeum + exteriérová expozícia ťažkej techniky
- **Zážitky (max 5)** – predaj na www.severovychod.sk
- príklad: **Po stopách 1WW** – 1-dňový produkt CR, sprevádzanie po miestach bojov 1 WW, dobový odev, vojenské jedlo

Hodnotenie uchádzačov

Kritéria hodnotenia:

1. Najnižšia cena - váha 50%
 - Agentúrne práce, náklady súvisiace s prípravou kampane (okrem inzercie a media-mixu)
2. Dodané podklady na základe zadania (najviac 100 bodov) - váha 50%

A, Autorská ideovo-kreatívna časť a stratégia kampane (max. 40 bodov)

B, Definovanie vizuálnej roviny komunikácie (max. 40 bodov)

- Návrh vizuálu kampane (jpg), kde bude spracovaný názov kampane, slogan, resp. hlavná myšlienka. Jeden návrh vizuálu online komunikácie na sociálnych sieťach. Jeden návrh vizuálu OOH komunikácie.

C, Media-mix a rozpočet kampane s ohľadom na jednotlivé výdavkové oblasti (t.j. príprava kampane, mediálny budget, realizácia kampane) (max. 20 bodov)

- Návrh rozpočtu by mal obsahovať rozloženie financií pre offline a online komunikačné kanály v rámci propagácie. Súčasťou návrhu je jeho slovné odôvodnenie.

Predpokladaný termín vyhodnotenia návrhov hodnotiacou porotou: 9:5.2024