

Minimální požadavky na rozsah a formu komunikační kampaně

1. Grafické práce

- příprava grafiky pro daný ročník
- tvorba základního plakátu
- aktualizace grafiky v závislosti na tvorbě programu
- příprava grafiky pro komunikaci v rámci sociálních sítí
- příprava grafiky pro placené kampaně
- grafika pro web stránky
- grafika pro reklamní bannery v areálu (návštěvní řády, mapy areálu, harmonogram apod.)
- grafika pro plakát (harmonogram, mapa) k distribuci v den akce
- grafika pro LED obrazovky
- další drobné tiskoviny v rámci areálu

2. Komunikace na sociálních sítích

Vybraný dodavatel obdrží přístup k Facebook účtu <https://www.facebook.com/slavnostijihu/> a Instagram účtu <https://www.instagram.com/slavnostijihu> .

- komunikace zahájení prodeje vstupenek k novému ročníku Slavností
- následně intenzivní komunikace obsahu (kapely, program, zajímavosti, partneři, pozvánky)
- min. počet příspěvků: 1 příspěvek / týdně v 1.- 3. měsíci v roce konání Slavností, 2 příspěvky / týdně ve 4. měsíci v roce konání Slavností a 3 příspěvky / týdně v 5. - 6. měsíci v roce konání Slavností
- samostatná tvorba obsahu včetně odbavení komentářů a dotazů
- okamžitá „krizová“ komunikace např. změna v programu
- dobohová komunikace po ukončení Slavností (galerie, poděkování apod.)
- pravidelný týdenní monitoring

5. Správa webových stránek slavnostijihu.cz

Vybraný dodavatel obdrží přístup ke správě webové stránky <https://slavnostijihu.cz/> .

- pravidelná aktualizace webové stránky
- po ukončeném ročníku doplnit záložku Historie

3. Placené kampaně

- minimální rozsah není stanoven

4. Email marketing

- minimální rozsah není stanoven

Grafická podoba propagačních materiálů bude vytvořena v koordinaci se zadavatelem. Výsledná podoba grafických materiálů bude předložena zadavateli ke schválení. Zadavatel se zavazuje poskytnout vybranému dodavateli součinnost při propagaci akce zejména poskytnutím prostoru ve vlastních komunikačních kanálech a prostřednictvím městského obvodu Ostrava-Jih (webové stránky, sociální sítě, obecní zpravodaj, mobilní rozhlas apod.), zprostředkováním komunikace s partnery akce (nejen mediálními), příp. dodáním log partnerů akce na propagační materiály slavností.

Dodavatel zpracuje vlastní návrh nad rámec těchto minimálních požadavků do samostatného dokumentu a předloží jej ve své nabídce. Návrh bude následně zadavatelem hodnocen v hodnotícím kritériu „2.3 Komunikační kampaň“.