

## Minimální požadavky na rozsah a formu komunikační kampaně

### 1. Grafické práce

- tvorba moderního grafického vizuálu pro daný ročník
- tvorba základního plakátu
- průběžná 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>.

- kontinuální celoroční komunikace na daných kanálech sociálních sítí
- 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. měsících červenec až listopad před rokem konání Slavností; 2 příspěvky / týdně v prosinci před rokem konání Slavností a v měsících leden až duben v roce konání Slavností; 3 příspěvky / týdně v měsících květen a červen v roce konání Slavností
- povinné posts 2 reels / měsíc v měsíci prosinec před rokem konání Slavností a dále v měsících leden až červen v roce konání Slavností
- příprava 2 video pozvánek pro headlinery a 1 souhrnné video pozvánky pro reklamní účely
- samostatná tvorba obsahu včetně odbavení komentářů a dotazů
- okamžitá „krizová“ komunikace např. změna v programu
- dobřehová komunikace po ukončení Slavností (galerie, poděkování apod.)
- příprava a zajištění průběhu 1 soutěže o vstupenky na obou kanálech sociálních sítí
- příprava zimní reklamní kampaně
- pravidelný týdenní monitoring

### 3. 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

### 4. Správa YouTube kanálu @slavnostijihu

### 5. Placené kampaně

- vánoční reklamní kampaň (v prosinci před rokem konání Slavností) v rámci spuštění prodeje vstupenek nového ročníku Slavností – koncept a strategie dle schváleného návrhu vybraného dodavatele
- reklamní kampaň na podporu prodeje vstupenek v období únor až červen v roce konání Slavností v minimální počtu 5 kampaní – koncept a strategie dle schváleného návrhu vybraného dodavatele

## 6. Email marketing

- minimální rozsah není stanoven

## 7. Realizace after movie dle požadavků

- požadavek na obsah: jasně a nenásilně nést identitu Slavností; během prvních vteřin vtáhnout emoci a energii Slavností; základ obsahu tvoří návštěvníci, jejich prožitek, reakce publika, společné momenty, interakce s vystupujícími, celkovou atmosféru, denní i noční náladu, detaily areálu; hudba určí tempo a styl střihu
- technické a formátové parametry: základní délka 60–90 vteřin, doplněná o 15 ti a 30 ti vteřinovou verzi pro sociální sítě; minimálně 4K; výstupy ve Full HD; samostatně komponované, povinné formáty – 16:9 pro web a YouTube, 9:16 pro Reels a TikTok; zvuk musí mít vyřešenou licenci, hudbu kombinovat s jemným ambientem z publika

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“.**