

DODATEČNÉ INFORMACE č. 2 K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM

Název zakázky: „Komunikační kampaň jaro/ léto - Východní Morava, kouzlo rozmanitosti“
Číslo zakázky: CCRVM-VZ/2017/2/01
Forma zadání: Veřejná zakázka malého rozsahu dle směrnice o zadávání zakázek CCRVM, v platném znění

Zadavatel poskytuje dodatečné informace k zadávacím podmínkám. Tyto dodatečné informace poskytuje zadavatel všem dodavatelům, kteří požádali o poskytnutí zadávací dokumentace nebo kterým byla zadávací dokumentace poskytnuta, vyjma těch, kteří zadavateli oznámili svoji neúčast.

Zadavatel obdržel dne 15. 3. 2017 dotazy uchazeče tohoto znění:

1. Abychom správně nastavili mediální mix - jeho zacílení, zajímá nás, zda seřazení cílových skupin pod sebe v zadávací dokumentaci má své priority, tedy největší priority má cílová skupina rodiny s dětmi a nejmenší aktivní turisté, cykloturisté, bikeři nebo je to tak, že preference žádné nejsou. Je možné k jednotlivým skupinám přiřadit preference v procentech?
2. Abychom správně nastavili koncepci - kreativitu, chápeme správně, že téma baroko má hrát v kampani dominantní roli?

Odpovědi zadavatele:

1. Byť pořadí u cílových skupin není vyjádřením preferencí, chceme, aby kampaň byla primárně cílena na rodiny s dětmi a následně pak na aktivní cykloturisty.
2. Téma baroko je sice hlavním komunikačním tématem CzechTourismu a tím v synergii i nás, ale tady by pro nás bylo daleko nejlepší pojmut baroko aktivně, tedy např. Baroko na kole, Putování za barokem apod. Rozhodně i zde bychom chtěli položit důraz na aktivní pohyb.

Ve Zlíně dne 16. 3. 2017

PhDr. Dana Daňová, ředitelka