Predmetom súťaže návrhov je výber víťazného návrhu pre zabezpečenie kreatívnych, marketingových a komunikačných aktivít pre NTS s kompletnou realizáciou a dohliadnutím na výsledky komunikačno- kreatívnej kampane.

Obsah návrhu:

* Návrh komunikačno-kreatívnej stratégie NTS na obdobie trvania zmluvy
* Návrh mediálnej stratégie vrátane online a offline riešenia, podľa potreby a efektívnosti
* Návrh harmonogramu komunikačnej kampane
* Cenový návrh zahrňujúci všetky ponúknuté aktivity

Zadanie zadávateľa, problematiky, cieľovej skupiny a cieľov kampane = *BRIEF – tieto info budú potrebovať agentúry, aby mohli spracovať zadanie.*

1. O spoločnosti NTS - Názov a charakteristiku značky/produktu/služby, hlavné benefity a vlastnosti, pozicioning značky.

*V tomto prípade popis aj krvnej plazmy, nakoľko to je produkt, ktorý je nutný komunikovať.*

1. Cieľ a výzvy kampane – Aké sú hlavné komunikačné a/ alebo obchodné ciele kampane?
2. Cieľová skupina v rámci kampane
3. Aké je hlavné kľúčové posolstvo, ktoré sa má kampaňou odkomunikovať.

*Čo chcete komunikovať smerom k CS? Čo je najdôležitejšia vec, ktorú chcete komunikovať, alebo ukázať. Prečo by tomu mali uveriť (racionálne a emocionálne argumenty)?*

1. Aké sú preferované komunikačné kanály.

*Na základe PTK, z ktorých vyplynulo, že zadávateľ nemá stanovené preferované kanály, odporúčame výber komunikačných kanálov nechať na súťažiacich na základe kreatívneho riešenia a efektívnosti.*

1. Rozpočet na obdobie max 12 mesiacov.

*Toto je veľmi individuálne a závisí od návrhu stratégie.*

*Za nás by sa plnenie na uvedenú kampaň v základnom nastavení pohybovalo okolo maximálne stanovenej hranice 70 000€, pričom by sme toto plnenie rozdelili nasledovne:*

1. *Kreatívna stratégia – licencia 3000€-10000€ Každá agentúra má iné cenové rozpätie, závisí to aj od rozsahu projektu.*
2. *Agentúrne služby – dopracovanie kreatívnej stratégie do použiteľnej verzie, napr. môže zahrňovať aj prípravu materiálov pre POS, tlačových podkladov, grafické práce, online správu, poradenstvo a iné. – 20 000€ - 30 000€ / ročne, vrátane správy o sociálne siete.*
3. *Mediálne výdavky – online/offline - 30 000€ (budget na mediálne výdavky vychádza nízky, zamerali by sme sa iba na online riešenia a PR)*
4. *Iné výdavky – v prípade záujmu napríklad o Out of the BOX riešenia, POS, eventy, podpora na eventoch – odhadovaná suma 27 000€*

V prípade ak by bola možnosť vyhlásiť obstarávanie na vyšší limit ako 70 000€, prípadne rozdeliť na viacero predmetov zákazky s takýmto limitom, navrhli by sme rozdeliť predmet zákazky na kreatívnu stratégiu a nákup médií.

1. Timing kampane