

VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE Č. 5

Název veřejné zakázky:	Komunikační kampaň na podporu Vína z Moravy, vína z Čech pro období 2025-2028 v oblasti služby strategické a kreativní agentury
Druh zadávacího řízení:	Otevřené řízení
Předmět veřejné zakázky:	Služby
Režim veřejné zakázky:	Nadlimitní
Zadavatel:	Vinařský fond
Sídlo zadavatele:	Žerotínovo náměstí 449/5, 602 00 Brno - Veveří
IČO:	71233717

V Praze dne 17.1.2025

Výše uvedený zadavatel Vám v souladu s ustanovením § 98, resp. § 54 odst. 5 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů, (dále jen „zákon“), sděluje následující vysvětlení zadávací dokumentace vztahující se k výše uvedené veřejné zakázce.

Dotaz č. 1

V požadavcích je předložení klíčového vizuálu pro formát outdoor CLV, online branding a mobilní banner 300x300 (subkritérium „Klíčový vizuál - B4“). Formátem "online branding" se v tomto případě myslí následující formát? <https://napoveda.sklik.cz/reklamy/branding/>

Odpověď:

Uvedený formát online brandingu je v pořádku dle technických požadavků média.

Dotaz č. 2

V rámci ZD je požadování zpracování komunikačního mixu vč. předpokládaného zásahu např. OOH nebo online kampaně, kdy je ale nákup médií realizován zvlášť a poptáván v separátní VZ. V jaké formě, detailu a struktuře je požadováno předložení návrhu komunikačního mixu v rámci tohoto VZ?

Odpověď:

Komunikační mix by měl vycházet z přiložené definice cílových skupin, která vznikla na základě segmentační analýzy od agentury Focus a dále dle uvedeného bodu . Jde tedy o obecný návrh komunikačních kanálů (mediatypů) a zdůvodnění jejich předpokládaného zásahu vybraných cílových skupin. Návrh musí odpovídat požadavkům uvedených v Zadávací dokumentaci.

S pozdravem,

.....

Mgr. Kateřina Kolářková