

Online medializace aktivit, marketingových nástrojů a kampaní na základě potřeb projektu Smart akcelerator Pardubického kraje II

Cíle online medializace kampaní:

- Cílem medializace jednotlivých kampaní je formování značky Pardubického kraje na základě identity regionu. Jedná se o nepostradatelný formát komunikace s cílovými skupinami (odborná veřejnost, stakeholderi, studenti ZŠ, SŠ a VŠ), jehož prostřednictvím bude Pardubický kraj prezentován jako moderní průmyslový region s cílem vzbudit jejich zájem o uplatnění v oblasti VaVal (výzkum, vývoj a inovace).
- Dále je cílem kampaní budování expertní pozice zadavatele, posílení a řízení dobré pověsti zadavatele v on-line prostředí a posílení akvizice nových fanoušků a návštěvníků webu.
- Zvyšovat povědomí o webu a značce Parádní kraj
- Vytvoření komunity fanoušků FB stránky Parádní kraj, kteří se budou zapojovat do diskuzí a sdílet své názory s ostatními.
- Přesvědčit návštěvníky webu Parádní kraj, že na stránkách naleznou důležité a zajímavé informace z oblasti vědy, technologie, školství, kulturních událostí a dalšího dění v Pardubickém kraji.
- Informovat o aktualitách a zajímavých událostech v Pardubickém kraji.

Online kampaně

- Jednotlivé kampaně budou propagovat klíčová témata strategie.
- Kampaně budou mezi sebou provázané, budou graficky sjednocené a adaptované pro jednotlivé formáty a oblasti.

- **Média:**

AdWords – bannery, animované bannery/témata, klíčová slova, zájmy, konkrétní weby

Sklik – velké bannery, branding, mobile branding/zájmy (data), Look a like, konkrétní weby

Facebook - newsfeed a carousel/zájmy, look a like



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



YouTube - nativní inzeráty a formáty pro YT discovery

- **Cílení kampaní v jednotlivých systémech:**

Display kampaně

Cílem je posílení brandu Parádní kraj skrze kontinuální brandové kampaně

Výkonnostní posun na Facebooku:

Cílení na uživatele, kteří mají zájem o studium, hledají novou práci a zajímají se o vědu a technologie

- využití aktivně look-a-like z návštěvníků webu Parádní kraj
- promování příspěvků a maximalizaci dosahu na klíčové segmenty publika.
- FB stránka je již vytvořena a obsahově aktuální

GDN a YouTube:

- V Obsahové síti Google – cílit na tematicky relevantní weby zaměřené na studenty, studium, pracovní portály, odborné weby zabývající se vědou a technologiemi. Cílení i klíčová slova a témata (např. studenti),
- cílení na relevantní zájmy cílových skupin
- stejné cílení platí i pro YouTube video.

Sklik reklamní síť:

- cílení na konkrétní weby a zájmy (studenty, studium, pracovní portály, odborné weby zabývající se vědou a technologiemi),
- spuštění bannerů a textových inzerátů

RTB:

- cílení na zájmy o studium, pracovní nabídky, život v Pardubickém kraji,
- tvorba Look a like publika,
- využití brandingu a jiných brandových formátů,



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Nákup na přímo:

- využití Adform pro dynamické řízení kreativy, která je uživatelům zobrazovaná

Sociální sítě

- Správa sociálních sítí – Facebook, Instagram, LinkedIn
- Příprava publikačních plánů ve spolupráci se zadavatelem
- Rozvržení finanční propagace příspěvků na Facebook profilu zadavatele v daném období
- Realizační část redakční, grafická a kontrolní činnost na facebook profilu zadavatele v daném období
- Finanční propagace příspěvků na LinkedIn profilu zadavatele v daném období
- Publikace příspěvků na Facebook profilu, nastavení zacílení každého příspěvku individuálně a upravování nákladů podle reakce uživatelů (posílení v případě velkého zájmu o téma, naopak ponížení v případě výskytu negativních reakcí)
- Community management – komunikace s uživateli, řešení problematických až negativních reakcí uživatelů, řešení krizových situací ve spolupráci se zadavatelem, aktivní přístup a rychlé reakce
- Vytváření obsahu ve spolupráci se zadavatelem, který přitáhne fanoušky a dá jim důvod stránku sledovat.
- Provázání příspěvků se značkou Parádní kraj
- Vytváření reklamních kampaní na Facebooku
- Založení zkracovače a opatření odkazů UTM tagy tak, aby byl možné je sledovat v Google Analytics a účinně vyhodnocovat.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Instagram

- Vytváření obsahu, který přitáhne fanoušky a dá jim důvod stránku sledovat. Tato aktivita bude probíhat ve spolupráci se zadavatelem.
- Příprava publikačních plánů ve spolupráci se zadavatelem.
- Promování příspěvků, a tak zvýšení dosahu.
- Provázání příspěvků se značkou Parádní kraj
- Vytváření reklamních kampaní na Instagramu

LinkedIn

- Vytváření obsahu, který přitáhne uživatele a dá jim důvod stránku sledovat. Tato aktivita bude probíhat ve spolupráci se zadavatelem.
- Příprava publikačních plánů ve spolupráci se zadavatelem.
- Promování příspěvků, a tak zvýšení dosahu.
- Provázání příspěvků se značkou Parádní kraj.
- Vytváření reklamních kampaní na LinkedIn

YouTube

- Promování videí pro zvýšení dosahu a získání odběratelů
- Tvorba videí není předmětem zakázky
- Spuštění nativních inzerátů a formáty pro YT discovery
- Provázání s webem Parádní kraj
- Zapojení YouTube Analytics do vyhodnocování.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Reporting efektivnosti online kampaní

- Zpracování reportů výsledků jednotlivých kampaní pomocí Facebooku, Google Analytics a YouTube Analytics
- Dodavatel připraví reporty 1 x za měsíc vždy k 10. dni následujícího měsíce
- Dodavatel připraví reporty ve formátu pdf
- Dodavatel bude prezentovat výsledky na osobní schůzce se zadavatelem

Cílové skupiny:

Mediální formáty budou cílit na tyto cílové skupiny v rámci Pardubického kraje:

- odborná veřejnost
- malé a střední firmy
- studenti ZŠ, SŠ a VŠ



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY