**1 Předmět plnění**

Česká národní banka poptává marketingovou komunikaci k otevření Návštěvnického centra České národní banky (dále NC ČNB). **Předmětem plnění je návrh a řešení komunikační kampaně, respektive její kreativní a exekuční části.** Mediální plán a nákup mediálního prostoru jsou předmětem jiné samostatné zakázky, která probíhá v koordinaci s touto zakázkou. Cílem komunikace je, vedle informování cílových skupin o vzniku a nabídce NC ČNB, naplnit kapacitu NC prostřednictvím prohlídek nabízených základním a středním školám, či jiným organizovaným skupinám např. seniorům a široké veřejnosti.

## 2 Specifikace cílů projektu

1. **Primárním cílem** projektu je naplnění kapacity NC ČNB:
   * **90% vytíženost kapacity** v období šesti měsíců od oficiálního otevření. Otevření je plánováno na **jaro 2022**.
   * Iniciační komunikace s cílem podnítit zájem učitelů a návštěvníků před jeho otevřením v období od zveřejnění microsite NC (viz níže) a informací o chystaném NC ČNB.
2. **Sekundárním cílem** projektu je vznik všeobecného povědomí o roli ČNB v české společnosti a posilování důvěry občanů v ČNB. Součástí cíle je také vnést do povědomí veřejnosti aktivní a dlouhodobou účast ČNB na rozvoji ekonomické a finanční gramotnosti v ČR. NC ČNB bude na tomto poli doposud největším počinem ČNB. Prostředkem pro splnění sekundárního cíle je nastavení a vybudování **dlouhodobé komunikace NC ČNB** na úrovni systematické tvorby obsahu a pravidelné komunikace s cílovými skupinami.

**3 Doba plnění a podpory**

Komunikace je poptávána na dobu **od uzavření smlouvy**, **do oficiálního otevření NC ČNB** a **pak dále na dobu 9 měsíců od otevření NC ČNB**. Více v kapitole 13 (Předpokládaný harmonogram / projektový plán).

## 4 Popis Návštěvnického Centra ČNB

Česká národní banka plánuje na jaře roku 2022 otevřít Návštěvnické centrum v prostorách bankovní haly ústředí v Praze v ulici Na Příkopech.

NC ČNB se stane hlavním z nástrojů, kterými ČNB edukuje veřejnost o ekonomické a finanční gramotnosti. Bude platformou pro informační, osvětové a edukativní aktivity. Zároveň půjde o CSR aktivitu ČNB, která naváže na populární stávající expozici Lidé a peníze a další dosavadní aktivity ČNB na poli finanční a ekonomické gramotnosti.

Cílem Návštěvnického centra je přiblížit funkce centrální banky a ukázat, jak její činnost ovlivňuje každého z nás.

Klíčové sdělení:

**„Velkou část zvládneme my, ale potřebujeme i vás!“**

Součástí centra se vedle nově vznikající expozice Za měnou stane také výše zmíněná stávající expozice Lidé a peníze umístěná v původním trezoru, která mapuje naši měnovou historii. Tato má svoji pobočku také v Brně, kde nabízí návštěvníkům obsah akcentující aspekty moravského kraje.

Tématy nové pražské expozice Za měnou budou role ČNB a bankovní rady, cenová stabilita, finanční systém, platební systém, peněžní oběh nebo pozice ČNB v EU a ve světě. Prezentované informace budou návštěvníkům předávány zábavně-naučnou formou, a to pomocí interaktivních prvků, her a audiovizuálního obsahu. Návštěvníci centra si budou moci také vybrat z nabídky tematických prohlídek a doprovodných programů zaměřených na vybraná témata.

Kapacita pražských expozic NC ČNB bude cca 50.000 návštěvníků ročně, respektive i přes 270 návštěvníků denně.

Otevírací doba:

* úterý až pátek od 9:00 do 17:00,
* sobota od 10:00 do 18:00.

Vstup bude **zdarma.**

Pro Návštěvnické centrum bude vytvořena také vlastní **microsite**, která **není předmětem** **této** **zakázky**. Ta bude vedle prezentace celkové nabídky NC obsahovat také rezervační systém prohlídek[[1]](#footnote-1).

Bližší popis projektu je uveden v Příloze 1 Návštěvnické centrum ČNB.

## 5 Cílové skupiny kampaně[[2]](#footnote-2)

Vytížení kapacit NC ČNB na úrovni 90 %, jež je primárním cílem tohoto projektu, je takto uvažováno dohromady za všechny cílové skupiny, z nichž většinu tvoří školní skupiny, tedy žáci a učitelé. Předpokládaný poměr vytížení jednotlivými cílovými skupinami je možné popsat prostřednictvím otevíracích hodin:

* **úterý až pátek od 9:00 do 17:00**
* Ve školním roce je největší potenciál naplnit kapacitu v časech od 9:00 do 15:00 školními exkurzemi.
* V pozdějších odpoledních hodinách je počítáno s organizovanými zájmovými skupinami (například senioři, lidé s určitým hendikepem apod.).
* Mimo školní rok je kapacita ve všední dny k dispozici právě jiným organizovaným zájmovým skupinám (vč. například příměstských táborů) a široké veřejnosti.
* **sobota od 10:00 do 18:00**
  + Je určena primárně pro širokou veřejnost.

**5.1 Žáci a studenti** ve věku 12-16 let = 2. stupeň základních škol a ekvivalentní ročníky víceletých gymnázií.

* Primární cílová skupina, která tvoří největší podíl na návštěvnosti. V procesu návštěvy NC ČNB jsou převažujícími „uživateli“. **Pozor!** Návštěvu si většinou sami neobjednávají.
* **Klíčové sdělení[[3]](#footnote-3):** „Navštivte interaktivní expozici NC ČNB, poznejte tajemství peněz a naší ekonomiky, která na internetu nenajdete.”

**5.2 Učitelé a zástupci škol** pracující se studenty 2. stupně základních škol a ekvivalentních ročníků víceletých gymnázií.

* Zastávají roli „iniciátorů“, „ovlivňovatelů“ a „rozhodovatelů“ a přivádí do NC ČNB primární cílovou skupin, kterou jsou jejich žáci a studenti.
* Z pohledu komunikační strategie jsou cesty cílových skupin učitelů a žáků propojené. Žáci sice mají z 86 % zájem o návštěvu NC ČNB, ale očekávají, že k němu dojde prostřednictvím školy, tedy učitele. Učitelé provádí rozhodnutí o výběru exkurze v 75 % případů a studenti mají možnost ovlivnit rozhodnutí pouze v 6 % případů. **Učitelé jsou proto klíčoví pro naplnění cíle** (objednávka návštěvy NC ČNB) **za cílové skupiny žáci, studenti, učitelé a zástupci škol**.
* **Klíčové sdělení:** „ČNB je partner pedagogů pro výuku ekonomických a finančních témat. Navštivte NC ČNB, seriózní naučný program, který bude bavit studenty, a pomůžeme vám s výukou ekonomických a finančních témat, tak jak potřebujete a hodí se pro vámi vyučované předměty.”

**5.3 Aktivní senioři** (se zájmem o nové znalosti)

* Jsou sekundární cílovou skupinou NC ČNB. Jsou přirozeně motivováni pro návštěvu a po jejím absolvování sdílí zkušenosti se svou rodinou, přáteli i známými. Tím se stávají aktéry sdílení zkušeností pro posilování všeobecného povědomí o roli ČNB ve společnosti a druhotně také pro posilování důvěry občanů v ČNB.
* Největší potenciál pro návštěvu NC ČNB je u aktivních seniorů, kteří se stále věnují osobnímu rozvoji a mají zájem o poznání. Jedná se především o seniory aktivní v klubech seniorů nebo docházející na univerzitu třetího věku (U3V).
* Svou návštěvu mohou časově přizpůsobit, a proto komunikace pro seniory cílí na časy nevyhovující učitelům a studentům, tedy mimo výuku. V rámci otevíracích hodin ve školním roce je to především 15-17 hodin a další volná místa ve všední den jako neobsazené časy rezervacemi škol a dále během sobot.
* **Klíčové sdělení:** „Čeká vás naučný i zábavný program pro seniory – přednášky, komentované expozice, výstavy a diskuse s našimi odborníky o naší ekonomice, vývoji peněz a centrální bance. Vstup je zdarma.“

**5.4 Široká veřejnost**

* Aktuálně tvoří pouze 10 % návštěvnosti. NC ČNB by se svoji rozšířenou nabídkou mělo dostat do obecného povědomí široké veřejnosti.
* Z pohledu komunikační strategie představuje široká veřejnost doplněk pro kapacity neobsazené školními exkurzemi (učiteli a žáky) a seniory. Primárně je směřována především na soboty a prázdninové dny.
* Je počítáno s tím, že komunikace na širokou veřejnost bude fungovat zároveň jako podpůrná komunikace pro ostatní cílové skupiny.
* **Klíčové sdělení:** „Zábava i poznání pro děti i dospělé o záležitostech, které se dotýkají nás všech. Vstup je zdarma.”

## 6 Kvantitativní ukazatele

Cíle komunikační kampaně jsou definovány prostřednictvím potenciálu NC ČNB a potenciálu cílových skupin v ČR:

* Kapacita NC ČNB je cca 50.000 návštěvníků ročně, respektive i přes 270 návštěvníků denně.
* V ČR je cca 4.200 relevantních škol a v nich přes 24.000 relevantních tříd. Předpokládáme, že bude třeba oslovit zhruba 43.000 učitelů pro dosažení 90% vytížení kapacit ze strany škol.
* V ČR je zároveň cca 22 veřejných vysokých škol a na nich okolo 1.400 kurzů pro U3V. Rada seniorů sdružuje 21 celostátních organizací, 16 regionálních organizací, 213 klubů seniorů a 24 městských rad seniorů.
* V rámci získání hostů z řad seniorů a široké veřejnosti předpokládáme pro naplnění stanovených cílů potřebu oslovení 1.000.000 seniorů a 2.500.000 zástupců široké veřejnosti.

**7 Strategie obsahu komunikace pro cílové skupiny**

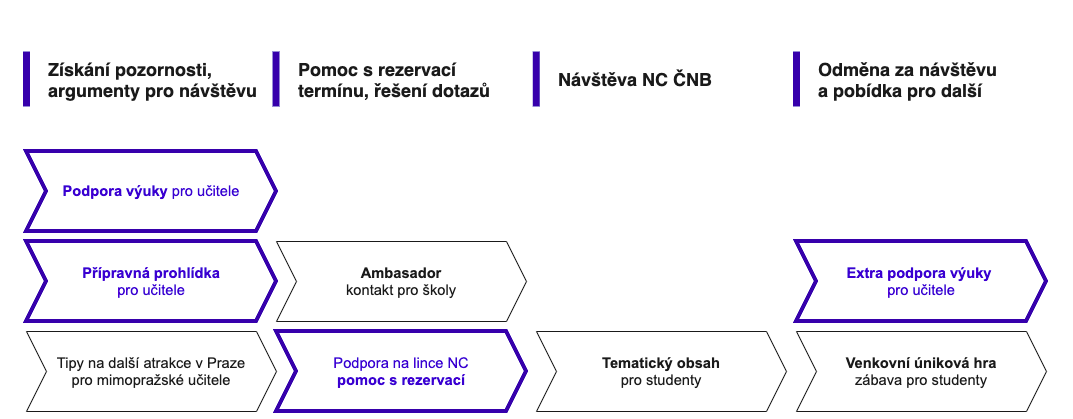
### 7.1 Učitelé a žáci / studenti

Učitelé mají pro výuku ekonomie a financí omezenou časovou dotaci i kvalifikaci, která odpovídá především zaměření předmětů, v rámci kterých se tyto oblasti většinově vyučují (matematika; zeměpis, občanská výchova/základy společenských věd, dějepis – resp. předměty vyučované v rámci předmětů člověk a jeho svět, člověk a příroda). Pro učitele jsou proto ekonomie a finance okrajovými tématy, kterými se primárně nezabývají, a logicky tak mají malou motivaci se v těchto tématech sami rozvíjet. Výuka ekonomických a finančních témat je kvůli tomu orientovaná jen na **základní teorii,** která **nemusí být pro studenty vždy zajímavá**. Učitelé se tak mnohdy mohou stát na místo autority z hlediska ekonomiky a financí, spíše jen plánovači času, aktivit a úkolů během výuky.

* NC ČNB **pomůže učitelům** **řešit problematiku výuky ekonomických a finančních** **témat** pomocí **nabídky komentovaných prohlídek** svých expozic, **studijních i procvičovacích materiálů**, které přímo předcházejí exkurzi v NC ČNB a poté na ni i navazují.
* **Učitelé budou benefitovat ze** **speciálních materiálů pro výuku,** které umožní se k tématu ve výuce vrátit i po skončení exkurze. Stejně tak dostanou možnost doplnit návštěvu NC ČNB se svými žáky a studenty o další zážitkový prvek – **účast v únikové hře**.
* Během rozhodování o návštěvě NC ČNB se studenty a pro rezervaci termínu bude k dispozici také **ambasador a podpora** na lince centra; obojí budou řešit věcné i organizační dotazy pedagogů. Ambasador bude pro učitele ztělesněním partnera ze strany NC ČNB.
* Navazující komunikace bude probíhat mj. pomocí **newsletterů** s prezentací stávající nabídky, aktualitami z NC nebo plánovanými novinkami v NC ČNB.

Žáci / studenti jsou příjemci zprostředkované komunikace NC ČNB od učitelů. Pokud se ke komunikaci dostanou sami, bude to v roli široké veřejnosti nebo prostřednictvím osobního doporučení přátel a rodiny. Vyznění pro studenty by mělo být **zábavné**, mělo by odpovídat upoutávce na **interaktivní expozici**, návštěvě atraktivních prvků jako je samotná budova ČNB nebo bankovní trezora hraní únikové hry v pražském centru.

**Obsahová strategie je popsaná prostřednictvím schématu:**

****

Obrázek 1: Schéma obsahu komunikace pro učitele, žáky a studenty

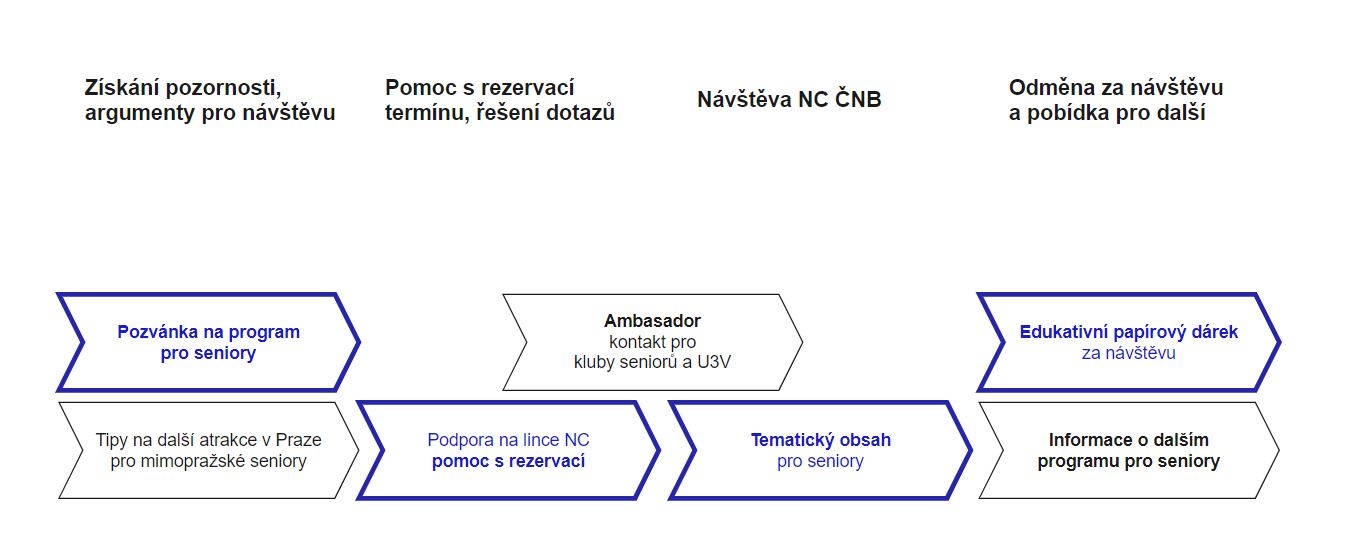
### 7.2 Senioři

Aktivní senioři budou rádi poslouchat výklad a účastnit se programu, který je pro ně určený. Zaměřují se na všeobecný rozhled a pochopení souvislostí. Alternativně se orientují na rodinu, a především vzdělávání vnoučat v oblasti osobních financí. V takovém případě jsou motivováni účastnit se aktivit a vzdělávat se spolu s vnoučaty. Aktivní senioři mají obecně zájem o návštěvu NC ČNB, od které očekávají odborný výklad, přednášky, komentované prohlídky a kontakt s odborníky, kterým budou rozumět. Mají rádi lidské autority, které představují jistotu a důvěryhodnost.

Aktivní senioři **jsou rádi užiteční,** a pokud je to v jejich silách, ochotně se zapojují do vzdělávacích aktivit. Pasivní seniory, kteří nemají motivaci pro osobní rozvoj, je možné aktivovat prostřednictvím vnoučat a jejich zájmů. Pro seniory je důležitý vstup zdarma.

* Komunikace NC ČNB vůči seniorům je postavena na pozvánce na **specifický program pro seniory**. Ten je plánován v preferovaných časech pro návštěvu seniorů, a to zejména v době 15:00 - 17:00 ve všední dny a během sobot. Mimopražským seniorům doporučí NC ČNB pro vytvoření komplexního výletu další jednoduše dostupné aktivity v Praze.
* **Ambasador** bude ztělesněním odborníka ze strany NC ČNB a bude k dispozici jako průvodce NC. Během rozhodování o návštěvě NC ČNB a rezervaci termínu bude k dispozici na lince podpory, která bude řešit věcné i organizační dotazy seniorů.
* V rámci návštěvy NC ČNB dostanou senioři jako pozornost drobný edukativní nebo jiný upomínkový materiál, který budou mít pro vlastní připomínku akce nebo pro předání informace o expozici vnoučatům, rodině a přátelům.
* Senioři nebo zástupci klubů pro seniory nebo U3V mohou díky rezervaci nebo zanechání kontaktu na místě dostávat prostřednictvím **newsletteru** informace o akcích v NC ČNB určených pro seniory.

**Obsahová strategie je popsaná prostřednictvím schématu:**



Obrázek 2: Schéma obsahu komunikace pro seniory

### 7.3 Široká veřejnost

Široká veřejnost je obecnou cílovou skupinou, která nemá specifické společné rysy a současně zahrnuje i všechny předchozí cílové skupiny. Proto je pro ni stanoveno obecné sdělení, které je odvozeno od sdělení ostatním cílovým skupinám. Jeho obsahem je výzva pro zábavné poznání, jak funguje ekonomika, jakou roli v ní má centrální banka a jak její činnost ovlivňuje každého z nás. Předpokládá se, že široká veřejnost bude NC ČNB vnímat jako volnočasovou aktivitu. I u této cílové skupiny bude pro retenci sloužit **newsletter**, případně komunikace na **sociálních sítích**.

## 8 Vazby na stávající komunikační aktivity ČNB

Stávající komunikační aktivity ČNB na poli finanční a ekonomické gramotnosti představují i po otevření NC potenciální možnost pro zmínku o NC (a přivedení publika na microsite NC + následnou rezervaci prohlídky), pro kontakt a povědomí o těchto aktivitách i pro dlouhodobou interakci. Pro možné propojení komunikace NC s komunikacemi dalších aktivit je vhodné zvážit následující prezentační a popularizační aktivity organizované přímo nebo s podporou ČNB prezentované na [webových stránkách ČNB](https://www.cnb.cz/cs/o_cnb/financni-a-ekonomicka-gramotnost):

* Prezentace Osobní finance... aneb jak proplout bez nehody světem financí
* Outreach program
* Projekt Ekonomická olympiáda
* Projekt Experti do škol
* Soutěž o nejlepší esej na téma finanční gramotnosti pro studenty středních škol

Očekává se, že v rámci realizace dodavatel kreativní a exekuční části bude aktivně sledovat paralelní aktivity ČNB ve výše uvedených oblastech a bude **poskytovat ČNB případná doporučení na možná propojení komunikace** tak, aby celková komunikace ČNB na téma finanční a ekonomické gramotnosti byla konzistentní a synergická.

Pro propojení stávajících aktivit ČNB s komunikací NC ČNB je vhodné pracovat s odkazem typu:

**„Pokud vás zajímá více, zastavte se za námi v novém interaktivním Návštěvnickém centru v Praze Na Příkopech, kde vám odhalíme tajemství ekonomiky a peněz. Užijete si to.”**

## 9 Sociální sítě ČNB i NC ČNB

Aktuální (i případné nově vzniklé) kanály sociálních sítí je možné použít pro akviziční i retenční účely v rámci komunikační strategie NC ČNB.

**Sociální sítě v obou případech zůstávají pod správou ČNB, která je bude realizovat ve spolupráci s dodavatelem.**

## 

## 

## 10 Specifikace obsahových aktivit

V následujícím přehledu jsou v návaznosti na obsahovou část popsány specifikace vybraných obsahových aktivit poptávané komunikace NC ČNB s popisem podmínek jejich realizace.

**10.1 Podpora výuky pro učitele**

* Dodavatel vytvoří **5 vzdělávacích modulů** ve 2 úrovních obtížnosti (v návaznosti na ročník studia: 6.+ 7. třída a 8.+ 9. třída). **Celkem** tak vznikne **10 vzdělávacích modulů**.
* Témata modulů pro obtížnost 1 jsou: Česká národní banka, Cenová stabilita, Finanční systém, Peněžní oběh (bankovky a mince), Platební systém
* Témata modulů pro obtížnost 2 jsou: Česká národní banka, Cenová stabilita, Finanční systém, Peněžní systém (Peněžní oběh + Platební systém)
* Každý modul bude obsahovat přednáškovou část a část pro samostatnou práci studenta, které budou mít dohromady časový rozsah 45 min., tedy každý jeden modul bude mít časový rozsah jedné běžné vyučovací hodiny.
* **Přednášková část:**
  + Požadované materiály vypracované dodavatelem pro každou z 10 přednáškových částí: **videonahrávka (audionahrávka), infografika, schéma, prezentace, případová studie příp. další**
  + Časový rozsah přednáškové části by měl být celkem zhruba 20 min. V případě videí jsou žádoucí kratší celky v rozsahu do 10 minut, které budou doplněny dalšími materiály tak, aby přednášková část celkem měla rozsah 20 min.
  + **Dodavatel navrhne vhodnou podobu jednotlivých materiálů s ohledem na cílovou skupinu, aktuální trendy v oblasti edukace a náročnost modulu.**
* **Část pro samostatnou práci studenta:**
  + Požadované materiály vypracované dodavatelem pro každou z 10 částí pro samostatnou práci studenta: **pracovní listy, slovní úlohy, testy, hry, příp. další**
  + Časový rozsah části pro samostatnou práci studenta by měl být celkem min. 25 min.
  + **Dodavatel navrhne vhodnou podobu jednotlivých materiálů s ohledem na cílovou skupinu, aktuální trendy v oblasti edukace a náročnost modulu.**
* Pro vytvoření výše uvedených modulů poskytne ČNB dodavateli podklady v podobě textových informací k jednotlivým tématům ke zpracování.
* Dodavatel v rámci realizace zajistí zpracování dodaných podkladů do podoby a náročnosti modulů odpovídající výše uvedeným obtížnostem (resp. úrovni detailu a náročnosti vhodnému pro ročníky studia 6.+ 7.třída a 8.+ 9.třída ZŠ).
* Dodavatel zajistí copywrite všech vzdělávacích programů a jejich částí s cílem zajistit maximální efektivitu přenosu informace, porozumění problematice a vzbuzení zájmu o dané téma ze strany cílové skupiny.
* ČNB zajistí kontrolu faktické správnosti prezentovaných informací
* ČNB zajistí jazykovou korekturu finální podoby použitých textů v jednotlivých modulech.
* Dodavatel zajistí **kompletní návrh, výrobu a dodávku jednotlivých modulů** (vyjma výše uvedené jazykové korektury), tj. zajistí veškeré potřebné činnosti a fáze realizace – tzn. grafické návrhy, scénáře, produkci, fotografie, programování aj.).
* Reference pro kvalitativní úroveň materiálů:
  + Seduo.cz: <https://www.seduo.cz/>
  + LinkedIn learning (dříve Lynda.com) <https://www.linkedin.com/learning/me?trk=lynda_redirect_learning>

**Termíny:**

* 29. 10. 2021 – dodání návrhu alespoň jednoho vzdělávacího modulu k připomínkování ze strany ČNB
* 31. 12. 2021 – dodání návrhů alespoň 4 dalších vzdělávacích modulů k připomínkování ze strany ČNB (po zapracování předchozích připomínek ČNB)
* 28. 2. 2022 – dodání návrhů všech 10 vzdělávacích modulů k připomínkování ze strany ČNB (po zapracování předchozích připomínek ČNB)
* 25. 3. 2022 – dodání finálních výstupů po zapracování veškerých připomínek ČNB

**10.2 Tipy na další atrakce v Praze pro mimopražské**

* Dodavatel provede analýzu stávající nabídky v Praze a navrhne min. **10 tipů dalších tematicky spojených exkurzí (muzea, instituce, centra aj.) pro mimopražské návštěvníky** (školní skupiny, skupiny seniorů, veřejnost) a vytvoří/pořídí k těmto tipům obrazový a vlastní textový obsah pro microsite NC.
* Dodavatel navrhne s ohledem na váhu cílových skupin vhodný poměr tipů pro školní skupiny, seniory a širokou veřejnost.
* Dodavatel provededalší analýzu stávající nabídky v Praze a **následnou aktualizaci výše uvedených tipů minimálně 1x ročně** (po dobu trvání smlouvy). Aktualizací se rozumí také vytvoření/pořízení nového obrazového a vlastního textového obsahu.
* Dodavatel zajistí copywrite všech jednotlivých textů s ohledem na dané cílové skupiny
* ČNB zajistí jazykovou korekturu finální podoby použitých textů.
* Reference pro kvalitativní úroveň materiálů:
  + Tipy na výlety v rámci portálu V Praze jako doma: <https://www.vprazejakodoma.cz/tipy-na-vylety/>
  + Články na portálu Kudy z nudy: <https://www.kudyznudy.cz/>

**Termíny:**

* 15. 10. 2021 – dodání návrhu výstupu k připomínkování ze strany ČNB (1. zpracování tipů)
* 29. 10. 2021 – dodání finálního výstupu (1. zpracování tipů) po zapracování veškerých připomínek ČNB
* 15. 8. 2022 – dodání návrhu výstupu k připomínkování ze strany ČNB (2. zpracování tipů / aktualizace)
* 29. 8. 2022 – dodání finálního výstupu (2. zpracování tipů / aktualizace) po zapracování veškerých připomínek ČNB

**10.3 Venkovní aktivita typu únikové hry**

* Dodavatel vytvoří aktivitu typu **venkovní únikové hry** navazující na obsah expozic NC ČNB.
* ČNB zajistí kontrolu faktické správnosti prezentovaných informací.
* ČNB zajistí jazykovou korekturu finální podoby použitých textů.
* Hra by měla být rozsahem **na 1 hodinu herního času** a probíhat v bezprostředním okolí ČNB.
* Hra bude návštěvníkům k dispozici zdarma (tzn. s hrou nesmí být vázán žádný poplatek za extra bonusy/kredity) a bude sloužit jako okamžitá retenční aktivita.
* Účelem aktivity je podpořit a prohloubit poznatky získané během exkurze a zároveň poskytnout zábavu a zážitek, který umocní pozitivní asociace s návštěvou NC ČNB a podpoří dobré reference.
* Pro hru dodavatel vytvoří webovou aplikaci, do které je možné se přihlašovat prostřednictvím e-mailu, který může být po souhlasu hráče využit pro další komunikaci s NC ČNB.
* **Součástí dodávky je návrh hlavní myšlenky hry, kompletní herní design, výroba webové aplikace/obálka s kódem, pokyny, příprava webové aplikace pro kompletní správu hry. Součástí řešení bude sběr statistik na úrovní jednotlivců, tříd i škol / organizací.**
* ČNB si vyhrazuje možnost **participovat na testování hry.**
* Reference pro kvalitativní úroveň materiálů:
  + Ukázka venkovní únikové hry: <https://www.kryptograf.cz/>
  + Největší provozovatel únikových her: <https://www.getoutfun.com/>
  + Úniková hra: <https://www.cryptomania.cz/>

**Termíny:**

* 29. 10. 2021 – dodání návrhu konceptu aktivity (detailního popisu aktivity, vč. jejího technického řešení a fungování) k připomínkování ze strany ČNB
* 31. 12. 2021 – dodání průběžného návrhu aktivity k připomínkování se strany ČNB (po zapracování předchozích připomínek ČNB)
* 28. 2. 2022 – dodání kompletně vytvořené aktivity k testování ze strany ČNB (po zapracování předchozích připomínek ČNB)
* 25. 3. 2022 – dodání finálních výstupů po zapracování veškerých připomínek ČNB

**10.4 Newsletter** **pro učitele, seniory a veřejnost včetně retenční kampaně pro učitele a dotazníku spokojenosti**

* Vytvoření **dotazníku spokojenosti**, který bude součástí newsletteru pro učitele rozesílaného po návštěvě NC ČNB.
* Vytvoření pravidelného a retenčního **newsletteru pro učitele**.
  + Newsletter bude v případě udělení souhlasu odeslán po rezervaci termínu (poslední vydání newsletteru) a dále po návštěvě NC ČNB. Varianta po návštěvě NC ČNB bude obsahovat dotazník spokojenosti a možnost stažení extra materiálů. Pravidelný newsletter bude obsahovat specifické informace pro cílovou skupinu učitelů a bude rozesílán cca 1x za 3 měsíce.
* Vytvoření **newsletteru pro seniory i širokou veřejnost** s programem centra a informacemi pro danou cílovou skupinu.
  + Newslettery budou v případě udělení souhlasu odeslány po rezervaci termínu, případně po přihlášení se k odběru prostřednictvím microsite (poslední vydání newsletteru) a dále rozesílány cca 1x za 3 měsíce.
* Ve spolupráci s dodavatelem microsite ČNB tak budou vytvořeny celkem 3 šablony, respektive **3 paralelní mailingy** (pro učitele, seniory a širokou veřejnost).
* **Část procesů spojených s užíváním Newsletteru** **bude zajištěna prostřednictvím ČNB.** **Dodavatel vytvoří 3 výchozí fixní zpracování standardní úrovně HTML e-mailingu na úrovni textu, obrázků v kombinaci s layoutem**, viz následující bod.
* **Technické předpoklady newsletterů:**
  + Šablona musí být graficky zpracovaná pomocí HTML tagů (<table></table>) a inline CSS stylů, podpořena cloudově hostovanými obrázky nebo formátovaná v base64 řetězci.
  + **Korektní** zobrazení v 99 % standardních mailových klientů (Seznam, Google, Centrum, Yahoo, Apple mail, MS Outlook verze 2013 a vyšší a MS Outlook v on-line verzi 365), responzivita, fluid design (od 600px do 320px)
  + Newsletter musí splňovat požadavky na přístupnost (alt tagy, kontrast, velikost písma apod.)
  + Preferované písmo newsletteru – Arial (korporátní písmo ČNB i jeden z výchozích systémových sans-serif fontů)
  + Newsletter bude tvořit několik typů na sobě nezávislých modulárních bloků: hlavička, blok s články (událost apod.), blok očekávaných událostí (obsahuje přehled plánovaných událostí na následující období), další blok s volitelnými články (zde může být vkládán libovolný obsah nezapadající do předešlých kategorií např. i s rozsáhlejším textovým popisem apod.) a zápatí:
    - Hlavička – Hero image (obrázek na pozadí) s možností vložit text nadpisu, text podnadpisu/odstavce a možnost připojit tlačítko s vybraným odkazem. Odesílatelem bude ČNB, obsahovat bude schválený předmět bez vykřičníků a jiných znaků způsobujících přesměrování mailu do spamu.
    - Článek – pro objekt typu článek se počítá s prostorem pro obrázek, nadpis článku, odstavec textu a také tlačítko s odkazem. Tlačítko může být žádné, jedno, dvě, případně i více.
    - Zápatí – musí obsahovat možnost odhlášení (unsubscribe) z rozesílky a informace o odesílateli. Součástí zápatí budou také odkazy na sociální sítě.
    - Newsletter bude obsahovat také editovatelný preheader text.
* Obsah newsletterů bude po dobu plnění předmětem společné přípravy NC ČNB a dodavatele.
* Dodavatel navrhne vhodný typ obsahu newsletteru pro jednotlivé cílové skupiny.
* Po schválení typu obsahu ČNB dodá textové podklady pro jeho vytvoření, které dodavatel následně upraví pro potřeby šablony newsletteru a provede copywrite s ohledem na dosažení co nejlepší míry otevření newsletteru a míry prokliků obsažených odkazů.
* V případě, že ČNB nebude disponovat vhodným souvisejícím obrazovým materiálem (např. fotografie) pro jednotlivé obsahy, zajistí jeho pořízení/vytvoření dodavatel.
* ČNB zajistí jazykovou korekturu finální podoby použitých textů.

**Termíny:**

* 1. 11. 2021 – dodání návrhů výstupů k připomínkování ze strany ČNB
* 30. 11. 2021 – dodání finálních výstupů po zapracování veškerých připomínek ČNB

**10.5 PR články**

* Příprava **4 výchozích PR článků** během poptávané komunikace, a to na témata dle domluvy s ČNB a zahrnující i obrazový materiál a každý v rozsahu 3 000 – 5 000 znaků.
* Počítá se se zabezpečením spolupráce s novináři a dohodnutím partnerství pro vydání článků v médiích s celostátní čteností alespoň 150 000 na vydání nebo odpovídajícím online médiu s měsíčním počtem reálných uživatelů nad 1 000 000[[4]](#footnote-4).
* V případě, že ČNB nebude disponovat vhodným souvisejícím obrazovým materiálem (např. fotografie) pro jednotlivé články, zajistí jeho pořízení/vytvoření dodavatel.
* ČNB zajistí jazykovou korekturu finální podoby navržených textů.

**Termíny:**

* 15. 10. 2021 – dodání návrhu prvních dvou z celkových čtyř PR článků k připomínkování ze strany ČNB
* 29. 10. 2021 – dodání prvních dvou z celkových čtyř PR článků po zapracování veškerých připomínek ČNB
* 11. 3. 2022 – dodání návrhu dalších dvou z celkových čtyř PR článků k připomínkování ze strany ČNB
* 25. 3. 2022 – dodání dalších dvou z celkových čtyř PR článků po zapracování veškerých připomínek ČNB

**10.6 Podpora na sociálních sítích**

**10.6.1 Příspěvky ve specializovaných FB skupinách**

* Vytipování/rešerše facebookových skupin specializovaných na učitele konkrétních předmětů, v rámci nichž se částečně vyučuje finanční a ekonomická gramotnost (matematika; zeměpis, občanská výchova/základy společenských věd, dějepis – resp. předměty vyučované v rámci předmětů člověk a jeho svět, člověk a příroda).
* Příprava[[5]](#footnote-5) minimálně 4 různých informativních příspěvků pro FB skupiny specializované na učitele konkrétních předmětů, jejichž účelem je upozornit učitele na vznik Návštěvnického centra ČNB a podnítit je k tomu, aby s jeho návštěvou počítali ve svých učebních plánech.
* Zveřejňování příspěvků ve specializovaných FB skupinách proběhne ve spolupráci ČNB a dodavatele. Dodavatel připravuje posty, ČNB schvaluje a publikuje na základě pokynů a doporučení dodavatele ke konkrétním FB skupinám. Je pracováno s předpokladem, že ne ve všech FB skupinách lze publikovat jako “stránka ČNB”, a bude tam tedy muset komunikovat ideálně zástupce ČNB jako fyzická osoba. V rámci rešerše vhodných FB skupin je možné, že pro jeden předmět bude více různých relevantních skupin. V takovém případě bude příspěvek sdílen ve více skupinách ve stejné podobě nebo s adekvátní adaptací.
* Dodavatel navrhne způsob řešení zveřejňování příspěvků ve FB skupinách, v nichž nelze publikovat jako „stránka ČNB“ (viz bod výše).
* Dodavatel poskytne ČNB k dalšímu užívání šablonu pro vizuální a textovou jednotnost postů.
* Reakce na příspěvky budou v gesci ČNB a dodavatel bude k dispozici pro případné konzultace nebo upřesnění v kontextu komunikace.

**Termíny:**

* 15. 10. 2021 – dodání rešerše facebookových skupin specializovaných na učitele a min. čtyř návrhů informativních příspěvků pro FB skupiny specializované na učitele konkrétních předmětů k připomínkování ze strany ČNB
* 29. 10. 2021 – dodání finálních výstupů po zapracování veškerých připomínek ČNB

**10.6.2 Dlouhodobá podpora na sociálních sítích**

* + Správa sociálních sítí ČNB (Facebook a Instagram) ve vztahu k NC ČNB – je předpokládána tvorba **2 příspěvků týdně** (v období dle harmonogramu).
  + Dodavatel připraví a poskytne postplan ke společnému schvalování na měsíční bázi. V rámci schvalování dojde k rozhodnutí o odpovědnosti za konkrétní posty na úrovni obrazového materiálu, textu a odpovědnosti za zveřejnění. Dodavatel poskytne ČNB šablonu pro vizuální a textovou jednotnost postů zveřejňovaných za ČNB.
  + Posty připravované a zveřejňované dodavatelem budou jednotlivě schvalovány a případně revidovány ČNB.
  + Reakce na příspěvky budou v gesci ČNB a dodavatel bude k dispozici pro případné konzultace nebo upřesnění v kontextu komunikace.

**10.7 Grafické zpracování**

**10.7.1 Grafický koncept**

* Ideace, textace a výroba **4 kreativ[[6]](#footnote-6) dle cílových skupin** (učitelé, žáci a studenti, senioři, široká veřejnost) a **výroba klíčových vizuálů** pro předpokládané výchozí výstupy, kterými jsou **tiskoviny pro retenci v NC ČNB; plakáty do škol, pro univerzity třetího věku a pro kluby seniorů; letáky do škol, pro univerzity třetího věku a pro kluby seniorů; inzerce v tisku; OOH reklama; sponzorované příspěvky na sociální sítě; bannery pro landing page microsite NC ČNB** (pro provázání kampaně s microsite)[[7]](#footnote-7), **on-line bannery a další on-line reklama**.
* Grafické podklady a výstupy zahrnují všechny složky komunikační kampaně vyjma těch, které po dohodě s ČNB budou řešeny jinou cestou. ČNB požaduje také předání **zdrojových souborů** v příslušných bezztrátových formátech (.psd, .ai, apod.) pro další případné použití.
* Kreativy a klíčové vizuály musí být sladěny s předběžnou vizuální podobou microsite NC a zároveň dodržovat Zkrácený souhrn grafických pravidel NC dle manuálů ČNB (viz příloha č. 2 Návrhu smlouvy), a to po stránce barevnosti, písma a barevných prvků.
* Dodavatel je zároveň povinen dodat **seznam platných adres k rozeslání jednotlivých tiskovin** (letáků a plakátů do základních škol a víceletých gymnázií, pro univerzity třetího věku a pro kluby seniorů) **v počtech naplňujících potřeby oslovení dle bodu 6**.
* ČNB zajistí jazykovou korekturu finální podoby navržených textů.

**Termíny:**

* 15. 9. 2021 – dodání dopracovaného vybraného návrhu kreativního konceptu realizace komunikace k připomínkování ze strany ČNB (prvotní připomínky k vybranému návrhu kreativního konceptu poskytne ČNB dodavateli bezprostředně po uzavření smlouvy)
* 30. 9. 2021 – dodání finálního kreativního konceptu realizace komunikace po zapracování veškerých připomínek ČNB
* 15. 10. 2021 – dodání návrhů klíčových vizuálů pro předpokládané výchozí výstupy k připomínkování ze strany ČNB + dodání seznamu adres k rozeslání tiskovin
* 29. 10. 2021 – dodání finálních klíčových vizuálů pro předpokládané výchozí výstupy po zapracování veškerých připomínek ČNB

**10.7.2 Grafické adaptace**

* **Minimálně 50** jednotlivých grafických výstupů - textových, grafických či rozměrových modifikací již vzniklých vizuálů, a to dle požadavků ČNB nebo dodavatele mediální části kampaně nebo dodavatele microsite (viz kapitola 13 – Předpokládaný harmonogram / projektový plán).

Grafická úroveň by měla odpovídat vyššímu standardu segmentů bank a vzdělávání:

* Reference na bankovní kampaň: <https://effie.cz/vysledky-effie/rocnik-2020/ceska-sporitelna-nechamsi-to-dobre/>
* Reference na kampaň pro vzdělávání 1: <https://hrdinavut.cz/#Nase-budoucnost>
* Reference na kampaň pro vzdělávání 2: <https://www.stacisezeptat.cz/>

**10.8 Projektové řízení**

* Zabezpečit projektové řízení, administrativu projektu, strategickou supervizi, account management.
* Pravidelný **reporting** minimálně na měsíční bázi.

V rámci kampaně lze ze strany ČNB dodavateli poskytnout:

* Dokumentární video o stavbě NC (vznikne v produkci generálního dodavatele stavby).
* Zajištění reklamní plochy ve speciálním režimu pro veřejně prospěšné/nekomerční projekty.
* Soutěž o vstup s doprovodem na slavnostní otevření NC ČNB.

## 11 Další aktivity

Souběžně s aktivitami, které jsou poptávány u dodavatele, bude ČNB samostatně realizovat následující kroky. Dodavatel se zavazuje vzít tyto výstupy na vědomí, koordinovat svou práci s jejich vznikem a dodat výstupy dle popisu.

**Extra podpora výuky pro učitele**

* ČNB vytvoří 5 sestav extra vzdělávacích materiálů týkajících se ekonomiky a financí.
* **Dodavatel je povinen dodat grafickou podobu šablony pracovního listu (viz bod 10.1).**

**Přípravná prohlídka pro učitele**

* ČNB uspořádá speciální program přípravných prohlídek pro vybrané učitele.

**Podpora**

* Podporu bude zabezpečovat ambasador, který bude v rámci komunikace zajišťovat servis a pomáhat s výběrem termínů a rezervací.

**Tematický obsah**

* ČNB vytvoří tematický obsah exkurzí orientovaný na studenty.
* Dále ČNB připraví tematický program pro seniory.

**Tisk**

* ČNB zajistí tisk letáků, plakátů, tiskovin pro retenci v NC ČNB.
* **Dodavatel je povinen dodat odpovídající tiskový výstup (viz body 10.7.1 a 10.7.2).**

**Rozesílání tiskovin**

* ČNB zajistí rozeslání letáků pro učitele a plakátů pro třídy 2. stupně a víceletých gymnázií, letáků pro U3V, plakátů pro U3V, letáků pro kluby seniorů, plakátů pro kluby seniorů.
* **Dodavatel je povinen dodat odpovídající výstup a seznam adres k rozeslání (viz bod 10.7.1).**

**12 Mediální podpora**

Mediální plán a nákup mediálního prostoru jsou předmětem jiné samostatné zakázky, která probíhá souběžně s touto zakázkou. Dodavatel kreativní a exekuční části je povinen být v koordinaci s dodavatelem mediálního prostoru.

## 13 Předpokládaný harmonogram / projektový plán

První část komunikace od spuštění microsite NC ČNB má za cíl informovat o NC ČNB a podnítit zájem učitelů a návštěvníků před jeho otevřením. Předpoklad doby trvání první části je 3-7 měsíců.

Druhá část komunikační kampaně představuje nástroj pro dosažení cíle v podobě naplnění kapacity obsazenosti NC ČNB na 90 % po dobu 6 měsíců od oficiálního otevření NC ČNB. **Pozor:** celkem bude druhá část komunikační kampaně trvat 9 měsíců od otevření NC ČNB.

**13.1 Příprava výchozích podkladů /cca 2 měsíce/**

Po vyhodnocení výběrového řízení a výběru dodavatele kreativní a exekuční části dojde k podpisu smlouvy. Následuje dopracování vybraného kreativního konceptu realizace komunikace (kreativ dle cílových skupin), textace, vytvoření klíčových vizuálů, grafické zpracování výchozích grafických materiálů a dodání těchto materiálů k připomínkování ze strany ČNB, zapracování připomínek a schválení kreativních výstupů (viz **bod 10.7.1**).

Faktický start komunikace začíná spuštěním microsite NC ČNB, kterou řeší samostatný dodavatel mimo tuto zakázku. Součástí přípravy výchozích podkladů je i příprava grafických a textových podkladů pro microsite a její provázání s komunikační kampaní (opět viz **bod 10.7.1**), a to včetně přípravy tipů na další atrakce v Praze pro mimopražské návštěvníky (viz **bod 10.2**).

**13.2 Výstupy pro aktivaci cílových skupin /cca 2 měsíce/**

V druhé fázi je plánováno začít s akviziční komunikací pro učitele i seniory. Předpokládá se využití primárních komunikačních cest - rozesílání tiskovin pro učitele a žáky (cca 4.200 relevantních škol v ČR) a rozesílání letáků pro kluby seniorů a U3V (**zajistí ČNB, vyjma seznamu adres k rozeslání**). Kromě obsílky tiskovin do škol je v této fázi žádoucí i komunikace na učitele prostřednictvím specializovaných FB skupin (viz **bod 10.6.1**), které využívají učitelé (např. skupina Učitelnice.cz). Komunikace bude doplněná PR články (viz **bod 10.5**), které budou rozfázované před začátkem pololetí školního roku (srpen/prosinec) a poté v době oficiálního otevření NC ČNB. Přichystány budou také newslettery pro retenční účely (viz **bod 10.4**).

**13.3 Budování dlouhodobých výstupů /cca 7 měsíců/**

Příprava materiálů pro výuku se předpokládá průběžně od podpisu smlouvy do slavnostního otevření NC ČNB s tím, že v daných termínech musí být dostupné první návrhy vzdělávacích materiálů ze sestavy 10 modulů (viz **bod 10.1**). Následně se v této fázi očekává dodání komplexního zpracování aktivity typu venkovníúnikové hry (viz **bod 10.3**). V rámci této fáze probíhá průběžná spolupráce a schvalování dílčích částí s ČNB.

**13.4 Součinnost s dodavatelem mediální části a ČNB /až 14 měsíců/**

Od dodavatele kreativní a exekuční části se očekává příprava multimediálních výstupů **dle technických parametrů médií.** V rámci grafických výstupů by se mělo jednat už jen o potřebné adaptace a lokalizace, podle požadavků a pokynů dodavatele mediální částí či ČNB (viz **bod 10.7.2**). Práce budou zahrnovat přípravu podkladů **pro OOH reklamu** (Billboardy, CLV, digitální plochy) v Praze a středních Čechách, **inzerci v tisku** v regionálních novinách i magazínech, grafické i textové podklady pro **online kampaně** a podporu **ve vyhledávačích** (Google, Seznam). Dále se očekává příprava a realizace **komunikace na sociálních sítích v součinnosti s ČNB** (viz **bod 10.6.2**).

**13.5 DOD ČNB - Slavnostní otevření**

Slavnostní otevření NC ČNB je naplánované na **jaro 2022**, kdy se spustí řádný provoz, který bude komunikačně podporován kampaní v TV, Rádiu, OOH kampaní, inzercí v tisku, online kampaní a podporou ve vyhledávačích (Google, Seznam). Součástí slavnostního otevření bude i publikace PR článků k otevření NC ČNB.

## 14 Přílohy

1. Návštěvnické centrum ČNB
2. Situační analýza NC ČNB
3. Strategie komunikace NC ČNB

1. Rezervace bude nutná pro prohlídky ve všedních dnech. V sobotu bude vstup do expozic možný bez rezervace. [↑](#footnote-ref-1)
2. Podkladem této kapitoly byla z velké části Situační analýza NC ČNB (příloha této Specifikace) [↑](#footnote-ref-2)
3. **Klíčovým sdělením** je v tomto dokumentu myšlena základní informace, kterou by měla cílová skupina obdržet v jí přizpůsobené formě. Z klíčových sdělení by tak měly v rámci plnění komunikace Návštěvnického centra vycházet konkrétní claimy, výzvy call to action a další textace. [↑](#footnote-ref-3)
4. Pouze pro informaci – zajištění mediálního prostoru není předmětem tohoto plnění. [↑](#footnote-ref-4)
5. Přípravou či tvorbou příspěvku na sociální sítě je v tomto dokumentu myšlena jak textová, tak i vizuální část příspěvku (fotografie, grafika, infografika, animace, video atp.), pokud není s ČNB dohodnuto jinak. [↑](#footnote-ref-5)
6. Tj. Kreativní koncept realizace komunikace = návrh ideového, textového a vizuálního pojetí komunikace včetně vysvětlení a argumentace návaznosti návrhu na výstupy Situační analýzy a výchozí Strategii komunikace včetně vztahu k daným cílovým skupinám. [↑](#footnote-ref-6)
7. Viz také bod 13.1 [↑](#footnote-ref-7)