

OTÁZKY A ODPOVEDE II.

VYSVETĽOVANIE PODMIENOK SÚŤAŽE NÁVRHOV pre letnú destinačnú kampaň a kampaň na podporu leteckého spojenia Praha - Košice

1. *Prístupy do účtov – bude sa pokračovať v účtoch , ktoré máte alebo vytvárame nové?*

Nie je potrebné vytváranie nových účtov, máme k dispozícii účty v rámci všetkých aktuálnych sociálnych sietí – Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube. Prístup Vám počas realizovania kampane samozrejme poskytneme.

2. *Kampaň je potrebné "fázovať" na vlny alebo ju ťahať celý čas v rovnakej sile?*

Toto rozhodnutie by sme radi ponechali na Vás – ako na odborníkov v danej oblasti. Pokojne môžete navrhnúť časové rozvrhnutie, ktoré sa len bude nachádzať v stanovenom rozpätí – no či pôjde o fázovanie alebo držanie kampane počas celého obdobia je na Vás. Dôležité je dosiahnutie výsledkov. :)

3. *Vieme prosím dostať dosiahnuté výsledky z min. roku? Pozrieť sa na to čo fungovalo veľmi dobre a zas naopak nerobiť to čo sa neosvedčilo - chceme pracovať s rozpočtom čo najefektívnejšie.*

Žiaľ, v tejto chvíli Vám tieto informácie nemôžeme poskytnúť, aby sme zabezpečili rovnosť šancí všetkých účastníkov súťaže.

4. *Reporting 1x za 2 týždne - v akom merítku si to predstavujete? Stačia vám spracované Google Data Studio kde si budete vedieť pozrieť reálne výsledky v čase? (Do čítania a pochopenia toho by ste boli zaškolení, prípadne by vám bol report vytvorený na mieru).*

Priebežným reportom myslíme, že budeme mať k dispozícii informácie o stave kampane, minútých prostriedkoch, plánovaných ďalších formátoch, vyhodnotenie doposiaľ najviac fungujúcich a podobne. Stačí však stručne, čo si vieme aj spoločne odkomunikovať. Formu reportu pokojne môžete navrhnúť. Vždy pre nás budú kľúčové výsledky celej kampane.

5. *Budeme/Chcete riešiť aj ciele na webe pre vyhodnotenie relevantnej návštevnosti. Prípadne merať stiahnutia aplikácií?*

Zaujímajú nás najmä ukazovatele, ktoré sú uvedené v rámci zadania ako „KPI kampane“ (prenocovania, počet návštevníkov kampaňového webu, CTR reklamných formátov, dosah kampane). Ak sa rozhodnete pre sledovanie aj ďalších ukazovateľov, samozrejme, tieto údaje budú určite prínosné. Nie je to však podmienkou. :)

6. *Google + YouTube nám dokáže zmerať reach len na max 90 dní - kampaň však trvá 4 mesiace takže tam ten reach nebude úplne z našej strany vyhodnotiteľný reálne - bude to v poriadku?*

Ako ste sa pýtali vyššie, nie je nevyhnutné, aby kampaň trvala počas celých 4 mesiacov. Pokojne jej načasovanie, prípadne fázy môžete stanoviť Vy. A za kanály, ktoré ste uviedli nám

postačuje reach kumulatívne za celé obdobie, pričom jednotlivé údaje viete priebežne uchovávať.

7. *Píšete o cieľovke len z BA, BB, PO, KE krajov - prečo nechcete zahrnúť aj TT, TN, ZA, NR kraj? Chcete s cieľovými krajinami pracovať aj rozpočtovo - napr. bližšie kraje (PO, BB) budú mať viac rozpočtu ako BA kraj?*

S uvedenými cieľovkami pracujeme dlhodobo a teda v rámci týchto oblastí existuje už relatívne silné povedomie o destináciách, na čom chceme ďalej stavať. Čo sa týka pomeru rozpočtov v rámci jednotlivých krajov – toto ponecháme na Vašom návrhu a rozhodnutí.

8. *Vieme v kampani využiť nejaké vaše existujúce fotky (pamiatky, príroda, kultúra) alebo treba všetko zahrnúť do produkcie?*

Samozrejme, vieme Vám pre účely kampane poskytnúť fotografie, ktoré máme k dispozícii. No je potrebné čiastočne počítať aj s vlastnou produkciou, najmä pri tvorbe KV – z dôvodu zabezpečenia jednotnosti a istej vizuálnej kvality.