

Туристичка организација Сокобања
Ул. Трг Ослобођења бр. 2,
Сокобања
Број: 01-77/2024-02
03.04.2024.год.

**ТЕХНИЧКА СПЕЦИФИКАЦИЈА СА УСЛОВИМА ЗА НАБАВКУ УСЛУГА ЕМИТОВАЊА
РЕКЛАМНИХ СПОТОВА КОД РТВ ЕМИТЕРА СА НАЦИОНАЛНОМ ФРЕКВЕНЦИЈОМ –
НАБАВКА БР. 10/24**

Понуђене услуге морају у свим аспектима одговарати захтевима наручиоца и задатим техничким карактеристикама и морају бити у складу са датом техничком спецификацијом.

Наручилац ће код понуђача услуге поручити одмах по сачињавању Извештаја о најповољнијој понуди.

Предмет набавке бр. 13/24 су услуге – Услуге емитовања рекламних спотова код РТВ емитера са националном фреквенцијом.

Пружене услуге морају бити у складу са захтевима Наручиоца и у складу са детаљном техничком спецификацијом.

Понуђач је дужан да понуди јединичне цене услуга односно цене емитовања рекламних спотова по секунди/емитовању у траженим терминима и периоду емитовања.

Понуде се могу доставити лично или поштом на адресу Туристичка организација Сокобања, ул. Трг Ослобођења бр. 2 Сокобања, путем имејла: tenderi@tosokobanja.rs, или путем факса: 018/833-988.

Понуђач може да захтева аванс у висини од највише 50% од укупно понуђене цене.

Рок за достављање понуда је 08.04.2024. године, до 13:00 сати.

Контакт особа: Александра Крстић, е-mail адреса: marketing@tosokobanja.rs, контакт телефон: 018/833-988.

ВРСТА, ТЕХНИЧКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ, КВАЛИТЕТ, КОЛИЧИНА, ОПИС УСЛУГЕ И РОК ИЗВРШЕЊА УСЛУГЕ:

Предмет набавке су услуге емитовања рекламних спотова код РТВ емитера са националном фреквенцијом.

Циљне групе:

- родитељи са децом (породица) 60%, млађа популација до 35 година старости 35%, остали 5%.
1. Кључни разлози обраћања таргетној – циљној групи:
 - Промоција туристичких производа Сокобање и туристичке дестинације као целине.
 - Промоција конкретних догађаја и манифестација.
 2. Циљеви емитовања промотивних спотова:

- промоција туристичких производа Сокобање, најаве актуелних дешавања и новине у туристичкој понуди,
- боља видљивост на тржишту, информисање циљних група, брендирање туристичког производа,
- повећање туристичке тражње за новим туристичким производима и повећање туристичког промета.

3. Очекивани резултати и мерљивост резултата

- Боље позиционирање Сокобање као туристичке дестинације, информисање потенцијалних туриста отуристичкој понуди, промоција туристичких вредности Сокобање, боља дистрибуција производа, повећање туристичког промета. Резултати ће се мерити евентуалним повећањем туристичког промета у периоду након емитовања спота, на основу статистичких података о броју гостију и броју остварених ноћења.

Предмет набавке је емитовање промотивних спотова дужине трајања 20, 10 и 5 секунди, код РТВ емитера са националном фреквенцијом. Планирана дужина трајања промотивне кампање је 28 дана, оквирно у периоду од 15. априла до 12. маја, а најкасније до 20. маја 2024. године. Спотови треба да буду емитовани у прајм тајму програма (најмање 36 емитовања) и током најгледанијих емисија информативног и забавног карактера 4 пута дневно (укупно 112 емитовања). Планирано је емитовање спотова према следећем распореду: спот у трајању од 20 секунди емитује се првих 9 дана кампање, наредних 10 дана се емитује спот у трајању од 10 секунди и спот у трајању од 5 секунди се емитује последњих 9 дана кампање.

Понуђач поред емитовања спотова на националној фреквенцији, треба да обезбеди и емитовање спотова на кабловским каналима, у оквирном периоду од 15. априла до 12. маја, а најкасније до 20. маја, и то најмање на 6, а највише на 12 различитих канала. Број емитовања на појединачним каналима треба равномерно распоредити, тако да на сваком каналу буде од 4 до 8 емитовања дневно (50% у прајм тајму, 50% ван прајм тајма), а укупан број емитовања на свим понуђеним каналима треба да износи 1.344.

Поред емитовања спотова промотивна кампања треба да обухвата и спонзорство у временској прогнози, у трајању од 10 дана, односно најмање 60 емитовања. Спонзорство се односи на приказивање промотивног статичног тела Сокобање у трајању од 5 секунди на почетку и на крају емисије, најмање 6 емитовања дневно.

Понуђач је дужан да достави предлог медиа плана за емитовање спотова на националној фреквенцији и на кабловским каналима у наведеном периоду и терминима, као и понуду спонзорства у временској прогнози за тражени број емитовања.

Понуђач је дужан да достави резултате истраживања гледаности, укупни рејтинг програма, удео у гледаности ТВ програма са националном фреквенцијом и гледаност специјализованих делова програма.