

## Vysvětlení zadávací dokumentace č.1

|                                              |                                                                                                                          |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Název veřejné zakázky:</b>                | <b>„Muzeum Vysočiny Třebíč – propagace výstavy Sklo II“</b>                                                              |
| <b>Zadavatel</b>                             |                                                                                                                          |
| <b>Název:</b>                                | Muzeum Vysočiny Třebíč, příspěvková organizace                                                                           |
| <b>IČO :</b>                                 | 00091766                                                                                                                 |
| <b>Adresa sídla:</b>                         | Zámek 1, 674 01 Třebíč                                                                                                   |
| <b>Právní forma:</b>                         | příspěvková organizace                                                                                                   |
| <b>Osoby oprávněné za zadavatele jednat:</b> | Ing. Jaroslav Martínek, ředitel                                                                                          |
| <b>Kontaktní osoby:</b>                      | Projektová kancelář Kraje Vysočina, příspěvková organizace<br>Ladislav Šerák, tel. +420 731 025 486, serak@pkvysocina.cz |
| <b>Profil zadavatele:</b>                    | <a href="https://ezak.kr-vysocina.cz/profile_display_193.html">https://ezak.kr-vysocina.cz/profile_display_193.html</a>  |

Zadavatel obdržel dne 28.1.2020 níže uvedené dotazy, na které nyní odpovídá.

### Dotaz č. 1

Dobrý den, prosím o přesnější definici v marketingovém plánu - bod 6 a 7, kdy požadujete "garanci prokliku za 1 banner 6000 zobrazení".

Znamená to, že na 6000 zobrazení, aby byl 1 proklik? Tedy míra prokliku (CTR) byla 0,02 %?

#### Odpověď:

Zadavatel vysvětluje zadání: jeden banner má garanci prokliků 6000 tzn., že jednotlivý banner se zobrazí 6000x.

### Dotaz č. 2

Dobrý den,  
chtěla bych se informovat k výběrovému řízení - Propagace výstavy Sklo II. Bod 3: kombinovaná reklama – může být print a web odlišný nebo by mělo jít o jeden „titul“? Jakože kdyby byla inzerce v Blesku, tak online PR musí být na blesk.cz nebo by mohli např. i na idnes.cz?

Bod 6 a 7: Prosím o vysvětlení, jak si vyložit větu „garance prokliku za 1 banner 6 000 zobrazení“ - chcete tedy garantovat prokliky nebo zobrazení? Pokud by šlo o prokliky, přičemž na banner by bylo 6000 a mají se použít min. 4 bannery, což by dělalo min. 24tis. prokliků, tak to je docela hodně. Šlo by o tom uvažovat u služeb, kde není garantováno umístění/web (např. rtb, google ads,...), ale to asi na mysli nemíte. U přímo nakupovaných pozic moc prokliky garantovat nejdou (závisí to dost na kreativě, kterou neovlivníme). Garance 6000 zobrazení na banner, je zase poměrně malá a kampaň by vůbec nebyla vidět.

Děkuji za doplnění informací.

#### Odpověď:

- a) Zadavatel v příloze u kombinované reklamy neuvedl podmínku „jednoho titulu“ tudíž **umožňuje odlišnost titulu** média. Zadavatel zde upozorňuje, že tazatel

uvádí jako příklad deník Blesk. Přičemž zadavatel požaduje zajištění reklamy v médiích nebulvární povahy, jak je uvedeno v článku 2. výzvy k podání nabídky.

- b) Zadavatel vysvětluje zadání: jeden banner má garanci prokliků 6000 tzn., že jednotlivý banner se zobrazí 6000x.

.....  
**Ing. Jaroslav Martínek**  
**ředitel**