

	Popis	Ověřitelné ukazatele	Způsob ověření	Předpoklady
Přínosy	Obrat z prodeje nových produktů zvýšen do 6 měsíců od ukončení projektu.	Obrat z prodeje nových produktů zvýšen o 60 mil. CZK.	Obchodní statistika	X
Cíl	Povědomí zákazníků o nové produktové řadě zvýšeno (do tří měsíců za max. 30 mil. Kč).	10% dotázaných obyvatel má povědomí o nové produktové řadě.	Marketingový průzkum realizovaný v rámci projektu	Produkty budou atraktivní pro cílovou skupinu a konkurenceschopné. Neklesne kupní síla zákazníků.
Výstupy	<ol style="list-style-type: none"> 1. Billboardová kampaň zrealizována 2. Televizní kampaň zrealizována 3. Kampaň na internetu zrealizována 4. Průzkum dopadů kampaně proveden 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 200 billboardů s minimálním dopadem na 0,5 mil. osob za měsíc. 2. 60 TV spotů s minimálním dopadem na 3 mil. osob za měsíc. 3. 5 typů bannerů s minimálním dopadem na 2 mil. osob za měsíc. 4. Marketingový průzkum realizovaný na reprezentativním vzorku nejméně 1000 obyvatel ve věku 18 – 60 let v celé ČR 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Mapa umístění 1.2. Vizuální kontrola 2.1. Spoty jsou k dispozici na nosiči 2.2. Vysílací schéma 2.3. Sledování vysílání 3.1. Zpráva o umístění bannerů 4.1. Závěrečná zpráva z průzkumu 	Umístění billboardů, zařazení spotů do vysílání atd. bude zvoleno vhodně vzhledem k preferencím cílové skupiny.
		Zdroje	Časový rámeček	
Aktivity	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Výběr grafického studia 1.2. Tvorba návrhů + výběr 1.3. Zajištění billboardů 1.4. Výroba a umístění billboardů 2.1. Sestavení produkčního týmu 2.2. Tvorba scénářů + výběr 2.3. Natáčení 2.4. Oslovení TV stanic 2.5. Kontraktace 2.6. Zařazení do vysílacího schématu 3.1. Návrh a výběr banneru 3.2. Výběr umístění banneru 3.3. Realizace kampaně 4.1. Výběr dodavatele průzkumu 4.2. Zadání a realizace průzkumu 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 4 čld 1.2 10 čld + 50 tis. CZK 1.3 5 čld 1.4 10 čld + 1,4 mil. CZK 2.1 5 čld 2.2 5 čld + 200 tis. CZK 2.3 20 čld + 600 tis. CZK 2.4 4 čld 2.5 4 čld 2.6 22 mil. CZK 3.1 8 čld + 30 tis. CZK 3.2 6 čld 3.3 3 čld + 5 mil. CZK 4.1 4 čld 4.2 8 čld + 300 tis. CZK 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 1 týden 1.2 2 týdny 1.3 1 týden 1.4 6 týdnů 2.1 1 týden 2.2 2 týdny 2.3 1 týden 2.4 1 týden 2.5 1 týden 2.6 6 týdnů 3.1 1 týden 3.2 2 týdny 3.3 5 týdnů 4.1 2 týdny 4.2 1 týden 	<p>Vybraní dodavatelé se udrží na trhu po celou dobu trvání projektu.</p> <p>Klíčoví členové produkčních týmů budou stabilní (zejm. scénáristé, režiséři, herci).</p> <p>Na trhu bude dostatek volného mediálního prostoru v plánované době kampaně.</p>