

**Špecifikácia obsahu koncepcie informačnej a propagačnej kampane prípravy a realizácie sčítania obyvateľov, domov a bytov v roku 2011**

**Obsahové zameranie kampane**

1. Východiská
2. SWOT analýza
  - a. Silné stránky
  - b. Slabé stránky
  - c. Príležitosti
  - d. Hrozby
3. Cieľová skupina
  - a. Prierez jednotlivými cieľovými skupinami
  - b. Stručná charakteristika súčasného socio-ekonomického prostredia z hľadiska marketingu a komunikácie
  - c. Trendy vo vývoji z hľadiska cieľových skupín
4. Komunikačná stratégia
  - a. Ciele kampane
  - b. Vízia a poslanie
  - c. Komunikačné posolstvá kampane
  - d. Témy kampane a možnosti ich spracovania
  - e. Časový harmonogram tém

**Formy kampane**

1. Nástroje komunikácie
  - a. Mediálne kanály
  - b. Direct marketing
  - c. PR
  - d. Promo, eventy a konferencie
  - e. Netradičné nástroje
2. Analýza súčasného mediálneho trhu
  - a. rozhlas
  - b. tlač
  - c. televízia
  - d. internet
  - e. reklama
  - f. ostatné
3. Nové komunikačné nástroje a ich efektivita
4. Odporúčaný mix použitia jednotlivých nástrojov s cieľom dosiahnuť maximálnu mieru efektivity komunikácie

**Harmonogram prípravy a priebehu kampane**

Zadefinovanie dôležitých termínov súvisiacich s prípravou a realizáciou kampane

1. Návrh mechanizmu výberového konania
  - a. Oslovenie agentúr
  - b. Odovzdávanie podkladov
  - c. Začiatok výberového konania
  - d. Vyhodnocovanie jednotlivých kôl výberového konania
  - e. Ukončenie výberového konania – vyhlásenie víťaza

2. Realizačná fáza prípravy kampane
  - a. Začiatok kampane
  - b. Ukončenie kampane
  - c. Vyhodnotenie kampane

**Monitorovanie priebehu kampane**

1. Spracovanie odporúčania na využitie konkrétnych výskumných metód
2. Návrh časového harmonogramu monitorovania priebehu kampane

**Predpokladané nároky na rozpočtové zabezpečenie kampane**

Spracovanie aproximatívnych rozpočtových nákladov na realizáciu kampane.