

1. Kreativní brief

1.1. Klíčový vizuál kampaně

V nadlinkové části je důležité ambasadory kampaně komunikovat na úrovni klíčového vizuálu jako **hrdiny našeho kraje**. V souladu s tím musí vyzníť také tonalita, která má nádech jak vážnosti bez sebemenšího náznaku ironie, tak adorace a obdivu. Z headlinu musí vyplývat **poděkování** za jedinečnost, výsledky, obětavost a píli. Na úrovni subheadlinu je potřeba pracovat s pozitivními emocemi ke Královéhradeckému kraji. Na úrovni bodycopy je třeba sumarizovat příběh každého z 12 ambasadů. Tzn. v čem je významný, jeho přínos (u mladších ambasadů také perspektiva pro budoucnost). Obecně vzato oblast vědy (a vždy tomu tak bylo) je zásadní pro vývoj budoucnosti lidstva. Vědce je třeba obdivovat. Tento pocit musí být patrný z klíčového vizuálu, který by měl být zároveň graficky čistý, ale moderní. Grafika bude obsahovat fotografii každého ambadora v **majestátním gestu**. V rámci layoutu musí být také zakomponován motiv **sítě**. Každý progresivní obor bude mít definovanou barvu a pro každý z nich bude vytvořen piktogram, který bude používán také v dalších komunikačních nástrojích. Exekuce musí ilustrativně znázorňovat **propojení jednotlivých aktérů inovačního prostoru, tedy výzkumné organizace, vysoké školy, průmyslový sektor, veřejná správa, spin-off firmy, aplikovaný výzkum apod.**

Mandatories:

- Piktogram domény
- Logo +inovace
- Logo CIRI
- Logo KHK

1.2. Reklamní onlinespoty

Pro účely videoprodukce, jakožto jednoho z nástrojů podlinkových aktivit, je důležité pracovat s reálnými příběhy ambasadů a dalších vybraných zástupců VaVal Královéhradeckého kraje. Každé z 6 videí bude zaměřené na jeden z progresivních oborů a bude sekundárně prezentovat **generační synergii** zástupce ambadora s mladší generací (s mladším kolegou). Exekučně půjde o formu/žánr **selfvideí**, tedy záznamů, které jsou v běžném životě primárně určeny pro sociální síť. Ale i videí lidí kolem hlavního aktéra (zástupce mladší generace). Jak jeho osobu vidí oni. Záměrně do spotů musí být implementovány záběry vyznačující se kameramanskými aj. neumělostmi, které jsou pro tuto specifickou formu soudobé komunikace tak typické. Aktéři jako by natočí svůj pracovní den. Mozaika jejich záběrů i záběrů lidí kolem nich ve výsledku složí mikropříběh aktéra v jeho autentické, přirozené, a především pravdivé podobě. Vypoví víc o smyslu a přínosech projektů než sáhodlouhé studie a stovky slov. Zbýlá 4 videa budou obsahově zpracována dle aktuálních potřeb Zadavatele (charakterově může jít např. o sestřih velkoformátových konferencí).

Mandatories:

- Piktogram domény
- Logo +inovace
- Logo CIRI
- Logo KHK

1.3. Microsite

Kreativní koncept microsite bude vycházet z klíčového vizuálu kampaně. Obsah bude strukturován do formátu onepage s responzivním rozlišením pro zařízení: mobilní telefon, tablet, desktop. Každému z progresivních oborů bude věnována separátní sekce. Pro účely komunikace jednotlivých oborů budou využiti ambasadoři. V rámci microsite bude využito hover efektů a animační prvky, které podpoří moderní pojetí. Databáze bude podporovat nahrávání veškerých formátů souborů (dokumenty, videa, obrázky, prezentace apod.). Obsah webové stránky bude také v anglické mutaci.

Součástí microsite budou medailonky jednotlivých ambasadorů kampaně, které detailněji představí jejich dosavadní výzkumnou kariéru. Samostatnou sekci pak bude obsah věnovaný zahraničním výzkumníkům jako podpora pro jejich občanský život v ČR. Na microsite budou také k dispozici ke stažení/k zobrazení veškeré obsahové výstupy vytvořené v rámci kampaně (letáky, brožury, newslettery, videa, fotografie apod.).

Mandatories:

- Piktogramy domén
- Logo +inovace
- Logo CIRI
- Logo KHK

1.4. Velkoformátová konference

Skvělí řečníci, perfektní místo, profesionální personál, technické vychytávky, chytrý catering a atraktivní doprovodný program. To vše bude součástí velkoformátové konference. Organizátor konference musí sladit **řečníky** (mezi které bude patřit 6 ambasadorů kampaně), sestavit plán přednášek, příp. pomoci řečníkům s formou jejich přednášek. Ideálně se se všemi sejít v jeden okamžik a prodiskutovat osnovy jejich příspěvků.

Moderátorem konference musí být zkušený profesionál, který však nestrhne pozornost publika jen na svou osobu. Styl jeho moderace musí prioritně sloužit myšlence konference, nikoli sebe prezentaci. Musí umět podněcovat spolupráci přednášejících mezi sebou i s publikem.

Konference bude řízena pomocí komplexního řešení pro moderní event, tj. **event management softwar (EMS)**, a mobilní aplikace s interaktivními funkcemi pro účastníky i přednášející. Tato forma konferenčního managementu patří k nejžhavějším trendům. EMS zahrnuje např.:

- zvací e-mail a jeho distribuci,
- sběr dat a průběžný reporting počtů registrací,
- vygenerování el. vstupenky s QR kódem pro potvrzené účastníky a její rozeslání,
- check-in v místě konání vč. výstupu/reportu,
- možnost interaktivní komunikace s moderátorem (dotazy na speakera) a hlasování (aplikace v mobilu vytvořená jen pro účely konference).

Účastníky mimo jiné aktivizuje zařazování kvízových prvků, které nám poskytnou tolik potřebnou dílčí zpětnou vazbu pro závěrečné vyhodnocení. V aplikaci se poučí i pobaví výběrem ze tří variant odpovědí na otázky související s tématem. V průběhu jednotlivých přednášek budou moci účastníci přes aplikaci posílat dotazy, které mluvčí uvidí na svém tabletu a po zvážení je zobrazí/nezobrazí na projekčním panelu všem posluchačům. Ke každé přednášce bude v aplikaci připraven set hodnotících otázek, které účastníci vyplní.

Předběžný harmonogram:

8:30 9:00 registrace
9:00 10:20 přednáška
10:20 11:10 workshop
11:10 11:30 přestávka
11:30 12:30 přednáška
12:30 13:20 přednáška
13:20 13:30 závěr

13:30 – 14:15 oběd

14:15 – 17:00 – doprovodný program

Počet osob: min. 65

Agency task: Návrh a zajištění programu workshopů

Součástí programu musí být:

- Mediálně známý moderátor (odsouhlasen po konzultaci se zadavatelem)
- Představení 1 příkladu dobré praxe z nedávné minulosti v kraji – propojení akademické sféry s praxí – ideálně prezentace zástupce firmy a progresivního oboru vč. ekonomického dopadu pro firmu a přínosu pro kraj (případně příklad z jiného regionu) vč. praktické ukázky/výstavky (buď formou informačního videa ve foyeru nebo „vitríny“ s produktem a jeho popisem)
- Představení aktuální nabídky a poptávky, tj. obecný souhrn toho, co nabízí jednotlivé progresivní obory + obecný popis toho, čeho se z pohledu podnikatelů v regionu nedostává = aktuální stav (prezentuje zástupce CIRI)
- Minimálně 1 panelová diskuse na každém workshopu (v rámci úvodního workshopu panelová diskuse ambasadů progresivních oborů)
- Vyhlášení soutěže o nejlepší projekt mezi obory + stanovení kritérií hodnocení – **úvodní konference**
- Vyhlášení vítězů soutěže viz výše, (ideálně, kdyby po dobu soutěže byl o každém účastníkovi vytvořen časosběr á 3 min. nebo ho pro účely konference jako podmínku tvořil účastník sám), vč. zajištění a předání ceny – **závěrečná konference**
- Minimálně 1 video/medailonek již realizované spolupráce/projektu (příklad dobré praxe) vč. doprovodného vysvětlujícího komentáře (může být součástí videa)
- Zábavný kvíz + vyhodnocení + odměna
- Minimálně na **úvodním workshopu** 1 ozvlášťující programový prvek, ideálně ROBOT, jako nástroj pro multimediální prezentaci. Dokáže přehrát video, nabídne interaktivní katalog, udrží pozornost ve vazbě na komunikované téma.
- Live stream obou konferencí
- Rozhovor moderátora s influencerem, shrnutí spolupráce – **závěrečná konference**
- Zajištění zpětné vazby
- Zajištění fotografa
- Přihlašovací microsite pro úvodní konferenci, na níž by se průběžně ukládaly informace o projektu jako součást propagační kampaně (propojení s microsite

kampaně), následně by sloužila i jako přihlašovací microsite pro závěrečnou konferenci (průběžně by zde bylo uloženo: záznam streamu, medailonky ambassadorů, časosběry prezentované na závěrečné konferenci...)

- Závěrečný zábavný program na obou konferencích: jedná se o doprovodný program na bázi science show, tzn. představení založené na zábavných vědeckých pokusech.

Mandatories:

- Piktogramy domén
- Logo +inovace
- Logo CIRI
- Logo KHK

1.5. Influencer

Musí se jednat o renomovanou novinářskou osobnost mladší generace, které je z pohledu VaVal vnímána jako autorita. Je všeobecně známou a populární osobností v ČR spojená s popularizací vědy. Influencer obdrží nástin kampaně (brief), avšak detailní zpracování bude v jeho režii. V briefu bude obsažen detailní popis komunikační strategie, ze které musí vycházet produkováný obsah. Cílem je, aby příspěvky působily co možná nejautentičtěji a jako příběh a vyvolaly emoce definované v komunikační strategii.

1.6. Doprovodný program pro veletrhy

Jedná se o doprovodný program na bázi science show, tzn. představení založené na zábavných vědeckých pokusech. Během vystoupení bude odprezentován program spojený s představením konkrétní tematické oblasti:

- Zvuk
- Elektronika
- Detonace
- Létání
- Světlo
- Atmosférický tlak
- Těžiště
- Skupenství

1.7. Hymna VaVal KHK

Jedná se o hudební jingle s názvem „Naladte se na +inovace“ s minimálně jedním vokálním obsazením. Mezi nástroji budou zahrnuty pouze housle a klavír. Půjde o skladbu v tempu maximálně 75 bpm. Rozsah textu bude maximálně 250 znaků včetně mezer. Tonalita bude lehce baladická, nicméně měla by „naladit“ posluchače na +inovace.

1.8. Tisková produkce

- Letáky

- Varianta 1 – informační leták pro účely popularizace vědy směrem k cílové skupině studentů. Součástí bude nabídka studijních oborů zaměřených na přírodní vědy a informační technologie (s uvedením kontaktních informací) pouze v podobě stručných informací. V layoutu bude využita barevná variabilita jednotlivých oborů (včetně piktogramů) dle klíčového vizuálu.
- Varianta 2 – informační leták pro účely oslovení výzkumných pracovníků pro získání komerčních partnerů. Součástí bude nabídka komerčních produktů, u kterých je potenciál technologického rozvoje s uvedením kontaktních informací pouze v podobě stručných informací. V layoutu bude využita barevná variabilita jednotlivých oborů (včetně piktogramů) dle klíčového vizuálu.
- Varianta 3 – informační leták v podobě produktového listu výzkumných organizací KHK určeného pro oslovení komerčních firem. Součástí bude nabídka relevantních služeb výzkumného sektoru zajímavých pro sektor soukromý (s uvedením kontaktních informací) pouze v podobě stručných informací. V layoutu bude využita barevná variabilita jednotlivých oborů (včetně piktogramů) dle klíčového vizuálu.
- Varianta 4 – informační leták vykreslující emoce spojené s VaVal s využitím ambasadorů. Prezentace Královehradeckého kraje jako místa s ideálními podmínkami pro výzkum a život..
- Varianta 5 – informační leták v anglickém jazyce pro zahraniční výzkumníky, který bude sumarizovat informace vhodné pro expaty ze zahraničí, kteří chtějí v Královehradeckém kraji rozvíjet výzkumnou kariéru. Tzn., půjde o sumarizaci stručných informací (jakýsi návod), které umožní těmto jedincům se lépe zorientovat v českém prostoru (například komunikace s úřady, zajištění živnosti apod.)
- Brožury
 - Varianta 1 – informační brožura prezentující jednotlivé domény jako silná odvětví kraje včetně best practise projektů. Prezentace Královehradeckého kraje jako místa s ideálními podmínkami pro výzkum a život. Dále pak obecné informace k VaVal s motivací aktérů ke spolupráci (CTA). .
 - Varianta 2 – informační brožura v podobě katalogu produktových listů výzkumných organizací KHK určeného pro oslovení komerčních firem. Součástí bude nabídka relevantních služeb výzkumného sektoru zajímavých pro sektor soukromý (s uvedením kontaktních informací). V layoutu bude využita barevná variabilita jednotlivých oborů (včetně piktogramů) dle klíčového vizuálu.
 - Varianta 3 - informační brožura v anglickém jazyce pro zahraniční výzkumníky, která bude sumarizovat informace vhodné pro expaty ze zahraničí, kteří chtějí v Královehradeckém kraji rozvíjet výzkumnou kariéru. Tzn., půjde o sumarizaci informací (jakýsi návod), které umožní těmto jedincům se lépe zorientovat v českém prostoru (například komunikace s úřady, zajištění živnosti apod.). Bude popsáno celkem 6 základních témat, které jsou důležité znát pro běžný život v ČR.

1.9. Popularizace VaVal formou knižního zpracování

Jedná se o knihu, jejíž obsah je zaměřen na popularizaci vědy. Ideálně jde o autobiografii světově známé osobnosti, která se proslavila významnými vědeckými objevy a která obdržela Nobelovu cenu v oblasti přírodních věd. Minimální počet stran 200.