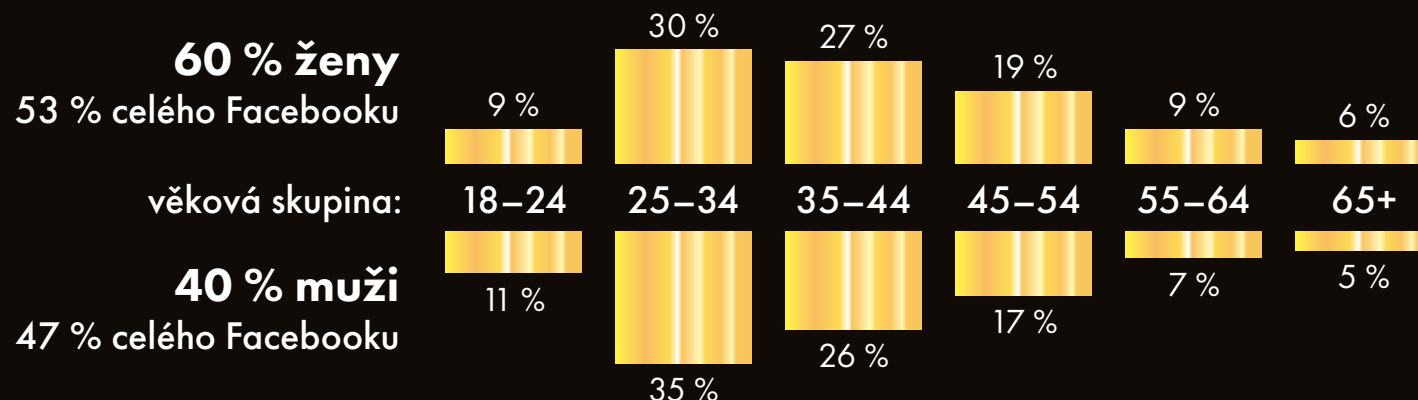


# Vinařství roku – prezentace akce

## ONLINE & SOCIAL MEDIA

Demografická struktura FB uživatelů se zájmem o víno:



Potenciální dosah (počet potenciálních uživatelů v cílové skupině): **1 500 000 uživatelů**

Předpokládaný počet zobrazení videí (vzhledem k budgetu na podporu): **6 000 000 zobrazení**

Počet přehrání videa ThruPlay (zhlédnutí delší než 15 sekund, tedy takové zhlédnutí, kde je možné říct, že uživatel videu věnoval dostatečné zaujetí a obsah videa si zapamatuje): **400 000 zhlédnutí**

Bannery na portálech PRINT a mediálních partnerů

RTB kampaň – volená media dle cílových skupin

WWW: Vinařství roku | Svaz vinařů ČR | Wine of Czech Republic

Facebook, Instagram & Youtube: viz. výše + Svaz vinařů | Vinařství roku | Vína z Moravy, vína z Čech

– Komunikační kampaň ve dvou vlnách, iniciační video, zdravice, videa z hodnocení komise....

– Online vyhlášení výsledků – navázáno na prodej kazety vín 9 finalistů....