

Technická analýza reklamných, marketingových služieb a grafických prác_II

1. Úvod

Verejný obstarávateľ plánuje naprogramovať mobilnú aplikáciu – hra pre deti. Predmetom tejto zákazky je urobiť pre mobilnú aplikáciu prieskum trhu, vytvoriť k hre príbeh, graficky hru spracovať, vytvoriť promo videá a nastaviť jednoduchú online marketingovú kampaň.

2. Popis mobilnej aplikácie

Koncept hry je založený na interaktívnej mobilnej aplikácii (mobilnej hre), kde sa hráč stará o svojho upíra a môže chodiť vysať krv svojim kamarátom - spoluhráčom. Celá hra je však koncipovaná nie ako strašidelná, ale ako milá a zábavná. Užívateľ si stiahne hru do mobilu, nastaví si svoj email a meno upíra a môže sa začať starať o upíra.

Upír ma nad sebou vždy indikátor na akom leveli momentálne je (aký je silný) a koľko má ešte životnej energie. Životnú energiu získa vždy tak, že vysaje krv niekomu inému. Ak sa jeho životná energia na danom leveli naplní, automaticky prechádza upír na vyšší level. Naopak ak jemu niekto vysaje krv, životnú energiu stráca. Popri tom sa mu pomaly stráca životná energia každý deň sama o sebe, preto je potrebné niekoho vysať každý deň ak človek nechce nechať svojho upíra upadať a vysmädnuť. Ak upírovi klesne životná energia na istom leveli na 0, automaticky prechádza na nižší level a je tým pádom slabší. Musí sa preto snažiť vysať čo najviac ľudí aby jeho upír prospieval.

Priebeh hry a motivácia

Hra bude dostupná na mobilné zariadenia, pričom používateľovi bude ponúkať tieto možnosti:

- **Poslať útok (pokús o vysatie) na niekoho iného:** užívateľ sa môže pokúsiť vysať niekoho, kto zatiaľ nemá svojho upíra, zadaním jeho emailovej adresy (prípadne ak upír už existuje, môže zadať aj len meno upíra) a vybratím typu útoku. Po zaútočení sa odošle upozornenie na email a človek má určitý časový limit, kedy si môže stiahnuť hru a pokúsiť sa útoku ubrániť. Každý upír môže za posledných 24 hod vyslať maximálne 5 útokov (ak si nedokúpi extra útoky) a na toho istého upíra môže zaútočiť len 1 krát za pár dní.
- **Ubrániť sa pred útokom** znamená úspešne vyriešiť logický rébus za určitý časový interval (napríklad pexeso, puzzle, zložiť štvorcovú skladačku a pod). Časový limit na odvrátenie útoku a zložitost' ubránenia sa útoku závisí od levelu oboch upírov.
- Zvažovaná je aj možnosť pridať interaktívne útoky, kedy by obaja hráči napríklad hrali proti sebe jednoduchú kartovú hru, prípadne kameň, papier, nožnice... Prípadne inú rýchlu hru, ktorá sa dá modifikovať v prospech upíra s vyšším levelom.

- **Ubrániť sa pred prichádzajúcimi útokmi:** Užívateľ hneď vidí, či sa ho nepokúša iný upír vysať a môže sa ísť brániť.
- **Prezerat' si históriu všetkých útokov:** hráč si môže prehľadne pozrieť, na koho už zaútočil, kto na neho útočil a aký bol výsledok útoku.
- **Plniť rôzne úlohy:** užívateľ sa môže rozhodnúť splniť aj rôzne úlohy, za ktorých splnenie získava automaticky odmenu (vo väčšine prípadov sú to Ampulky krvi – platidlo v hre, za ktoré si môže kupovať veci v obchode). Príklad úloh: vysaj úspešne upíra vyššieho levelu, za 24 hod vysaj úspešne minimálne 4 ľudí a pod.
- **Nakupovať ampulky krvi:** užívateľ má možnosť kúpiť si ampulky krvi aj za peniaze. V hre budú dostupné rôzne množstvá ampuliek za rôzne ceny.
- **Nakupovať v obchode:** v hre si bude hráč môcť v obchode kúpiť
 - extra útok (tento môže použiť, ak si už vyčerpал svojich 5 útokov za posledných 24 hod),
 - extra obranu, ktorá ho ochráni pred jedným útokom (tú môže použiť, ak sa mu nepodarilo)
 - vyriešiť logický rébus, alebo nestihol reagovať na útok).
 - tovar s podobizňou postavičky upíra (napríklad oblečenie, spotrebný tovar ...)
- **Aktivovať si prémiový účet:** ak si chce užívateľ aktivovať prémiový účet, musí si objednať mesačné predplatné.

Ak má užívateľ aktivovaný Prémiový účet, má výhodu v tom, že si môže svoje útoky naplánovať dopredu na najbližších 24 hodín. To znamená, že ak chce skúsiť vysať iného upíra uprostred noci, nemusí vstávať a zadávať útok v hre. Môže si ten útok zadať pohodlne cez deň a nastaviť, aby sa odoslal v noci. Druhou výhodou je, že má zvýšený limit maximálneho počtu útokov za deň na dvojnásobok a tretia výhoda je, že ak na neho útočí iný upír, príde mu okrem emailového upozornenia aj push notifikácia priamo do telefónu. Extra výhodami k predplatnému bude vždy určitý balík ampuliek za zvýhodnenú cenu.

3. Predmet obstarávania

3.1 Prieskum trhu:

Urobiť detailný prieskum trhu, analýzu konkurencie a zistiť príležitosti na trhu. Prieskum musí obsahovať dokopy minimálne 3 podobné konkurenčné hry a video seriály, kde minimálne 1 musí byť zo SR a minimálne 2 mimo SR, stačí ho urobiť v rámci online možností a musí obsahovať konkurenciu (video seriály, spoločenské hry, hry pre mobily a desktop) rozdelené na SR a svet, SWOT analýzu, prieskum možných PR spoluprác. Prieskum bude zameraný na to, čo deti a mladých ľudí (5-15 rokov) dnes najviac zaujíma a ako trávajú svoj čas na internete. Výstup z prieskumu trhu musí mať minimálne 5 strán a obsahovať prehľad konkurencie (názov, krátky popis a odkazy na viac info o nej na internete), prehľad potencionálnych PR spoluprác (meno/názov, krátky popis a odkazy na viac info o nej na internete), spracovanie správania sa detí a mladých ľudí na internete vo forme grafov, resp. prehľadných tabuliek minimálne pre nasledovné oblasti:

- koľko času trávajú na internete,
- čo na internete najviac pozerajú,
- aké hry sa hrajú,
- koľko peňazí míňajú na hry.

Následne na základe zozbieraných informácií vytvoriť marketingovú stratégiu, ktorej bližšia špecifikácia je opísaná nižšie, pre projekt s nastavenou cieľovou skupinou pre hru a odporúčaniami pre ďalší postup.

Výstupy

Popis	Forma dodania
<ul style="list-style-type: none"> - prieskum a analýza trhu (analýza trhu SR a svet, sociálne siete, PR spolupráce, konkurencie SR a svet, kľúčových slov) - SWOT analýza pre mobilnú aplikáciu - zhodnotenie informácií - analýza cieľovej skupiny - odporúčania pre ďalšie aktivity 	elektronická (v jednom z formátov: .pdf, .docx, .odt, .pptx, alebo ekvivalent)

3.2 Postavička upíra a nastavenie jej charakteru:

Na základe výstupu z prieskumov je potrebné vytvoriť celkový charakter postavičky upíra a jeho príbeh, ktorý deťom pomôže pochopiť, kto je, z akého sveta pochádza, kde vyrastal a čo sa snaží dosiahnuť a akú ma k tomu motiváciu, resp. prečo robí to, čo robí. Deti sa tak budú vedieť s postavičkou lepšie stotožniť a pochopiť jej konanie. K charakteru postavičky by sme chceli vytvoriť aj typické vlastnosti/ pohyby, ktorými sa bude odlišovať od konkurencie a k nim vytvoriť aj unikátne zvuky (minimálne 4), resp. univerzálnu hudobnú zvučku (minimálne 8 sekúnd), ktorá by bola použiteľná v rôznych situáciách. Napríklad, na navodenie rôznych atmosfér by sa dala spomaliť, zrýchliť, zjemniť a pod. Celkový dojem z postavičky upíra by mal byť predovšetkým zábavný. Zadaním nie je grafické spracovanie postavičky, ale len nastavenie charakteru a vlastností.

Výstupy

Popis	Forma dodania
nastavenie charakteru postavičky a sveta, v ktorom postavička žije na základe vyhotovených analýz a stanovenej cieľovej skupiny, vytvorenie príbehu upíra a jeho motivácie pre to, čo by chcel dosiahnuť,	elektronická (v jednom z formátov: .pdf, .docx, .odt, .pptx, alebo ekvivalent)
vytvorenie unikátnej hudobnej zvučky (minimálne 8 sekúnd) a unikátnych zvukov ozvučujúcich jeho typické črty/ pohyby (minimálne 4)	elektronická (v jednom z formátov: .wav, .mp3, alebo ekvivalent)

3.3 Marketingové virálne videá

Pre lepšie pochopenie celého príbehu aj postavičky upíra chceme od dodávateľa vytvoriť sériu min. 6 zábavných virálnych videí v originálnej animovanej 2D grafike, kde každé by malo byť min. 3-4 minúty dlhé. Videá budú vysielané online (youtube.com alebo ekvivalent), ich publikovanie nie je predmetom zadania verejného obstarávania. Ich cieľom je osloviť deti a

vzbudiť záujem o postavičku upíra. Zároveň očakávame, že videá budú zábavné, z prostredia blízkeho cieľovej skupine a ľahko virálne širiteľné. Na základe videí by sa mala vytvoriť dostatočne veľká skupina detí, ktorá by si mobilnú aplikáciu nainštalovala (a ideálne aj dobré hodnotenia) hneď v prvých dňoch jej odovzdania. V prípade úspechu by sa aplikácia dostala medzi top nové aplikácie daného dňa/týždňa, čo by vyvolalo exponenciálny virálny nárast jej popularity a používania.

Videami si chceme navyše rozšíriť možnosť urobiť z postavičky upíra aj virtuálneho influencera. Úpír musí byť preto ústrednou postavou vo všetkých videách a mal by v nich vystupovať ako influencer, resp by sa ním vo videách mal stať. Posledné video musí mať otvorený koniec aby bolo možné naň neskôr nadviazať rôznym spôsobom aj podľa úspešnosti mobilnej aplikácie. Minimálne jedno video by sa malo odohrávať vo svete/prostredí odkiaľ upír pochádza (navrhnuté a schválené v bode 3.2), ostatné by sa mali odohrávať v našom svete, resp svete veľmi podobnom tomu nášmu.

Vzhľadom na to, že to budú pilotné videá pre vykreslenie upíra ako influencera, očakávame vysokú kvalitu a originalitu spracovania. Postavička upíra v cartoon štýle bude dodaná ako obrázok (bude potrebné ju tiež kompletne narigovať a rozanimovať). Ilustrácie by mali byť originálne (nie posťahované z databanky) a tiež v cartoon štýle ideálne s ostrými hranami jednotlivých predmetov a postáv, aby do nich postavička upíra sedela, postavy by mali byť pekne animované aj s mimikou tváre (výraz, reč, ...) podľa situácie, profesionálne ozvučené a nahovorené profesionálom. Videá by mali byť pestré a v celej sérii videí by sa malo predstaviť minimálne 45 rôznych unikátnych prostredí kde sa dej bude odohrávať, minimálne 10 hlavných postáv (ľudí, zvierat, hrdinov) detailne animovaných a minimálne 30 vedľajších postáv a minimálne 200 unikátnych predmetov.

Postup dodania bude v týchto krokoch:

- 1) **scenáre** (textová predloha videí s popisom čo sa bude diať, kto bude čo robiť aj s dialógmi postáv),
- 2) **storyboardy** (grafické znázornenie jednotlivých scén videa v slede za sebou. V priemere by story board pre jedno video malo obsahovať minimálne 5 rôznych scén rozdelených do cca 70 obrazov, vystupovať by v ňom mali minimálne 3 rôzne charaktery a objaviť by sa malo minimálne 20 predmetov),
- 3) **grafické podklady** (vlastné originálne ilustrácie scén, postáv, prostredia a predmetov požitých pre animovanie videa),
- 4) **animované video neozvučené** (detailná animácia postáv a ich výrazov tvári, rigovanie postáv, príprava lip syncu na dabing, animácia prostredia a predmetov + prípadné reakcie prostredia a predmetov na animáciu postavy, animácie efektov, vyskladanie kompozícií z ilustrovaných podkladov, strih videa, príprava na ozvučenie),
- 5) **animované video ozvučené** (ozvučenie videa a nahovorenia voice overu, zosúladenie lip syncu podľa dabingu, finálny strih + render).

Ku každému bodu požadujeme 3 pripomienkové kolá.

Výstupy

Popis	Forma dodania
Vytvorenie scenárov a storyboardov pre všetky videá.	elektronická (v jednom z formátov: .pdf, .docx, .odt, .pptx, alebo ekvivalent)

Tvorba animovaných videí - minimálne 6 častí, každá v trvaní min.3-4 minúty v závislosti od scenára. V prípade použitia hlasov/voice overu, bude pre začiatok stačiť SK jazyk.	elektronická (FullHD kvalita vo formáte, ktorý podporuje služba youtube.com alebo ekvivalent)
--	---

3.4 Grafické práce

V rámci grafických prác je potrebné vytvoriť aj grafické podklady pre mobilnú aplikáciu (nastavenie farebnosti, fontov, ikony, tlačidlá, formuláre a dodaných min. 5 rôznych obrazoviek z mobilnej aplikácie), grafické podklady pre virálne videá (10 rôznych prostredí kde sa bude odohrávať dej, 8 rôznych postáv ktoré budú v seriály vystupovať), grafické spracovanie internetovej stránky po vypustení aplikácie (s použitím UX a UI odporúčaní). Na stránku plánujeme umiestniť základné informácie o upírovi, príbeh, video seriál, info o aplikáciách s linkami na stiahnutie a bežné texty ako o nás, obchodné podmienky, podmienky používania a pod. Na všetky dodané grafické podklady požadujeme 3 pripomienkové kolá. Pre dodané podklady nie je potrebné robiť aj dizajn manuál.

Výstupy

Popis	Forma dodania
Grafické podklady pre mobilnú aplikáciu (popis vid' bod 2.): nastavenie farebnosti, fontov, ikony, tlačidlá, formuláre a dodaných 5 rôznych obrazoviek z mobilnej aplikácie.	vhodná elektronická forma pre programátorov (.psd, XD, Sketch, alebo ekvivalent)
Prípravu grafických podkladov na animáciu (10 rôznych prostredí kde sa bude odohrávať dej, 8 rôznych postáv ktoré budú v seriály vystupovať).	elektronická (kresby a grafické prvky/podklady vo vektore, zvuky .wav, alebo .mp3 , alebo ekvivalent)
Grafické spracovanie internetovej stránky (s použitím UX a UI odporúčaní).	vhodná elektronická forma pre programátorov (.psd, XD, Sketch , alebo ekvivalent)

3.5 Animačné práce:

Pre mobilnú aplikáciu bude potrebné vytvoriť aj rôzne zábavné 2D animácie postavičky upíra v rôznych situáciách (animácie budú zahŕňať rôzne pohyby končatín, oblečenia aj mimiku tváre). Aby sa vytvorila ilúzia plynulého pohybu, musia všetky animácie začínať a končiť presne v rovnakom základnom postoji. Prípadne musí byť možné animáciu pustiť v slučke dookola a vytvoriť animáciu zo základného postoja do slučky a následne zo slučky do základného postoja (vhodné napríklad ak by mal tancovať, chodiť, skákať a pod ...). Na všetky animácie požadujeme 3 pripomienkové kolá.

Výstupy

Popis	Forma dodania
-------	---------------

Animácie pre rôzne situácie 12-16, každá by mala mať 3-7 sekúnd	vhodná elektronická forma pre programátorov a použitie v mobilných aplikáciách a na web (.swf, .fla, .ai, alebo ekvivalent)
---	---

3.6 Online marketing:

Pripraviť pre mobilnú aplikáciu a úvodný video seriál celkovú online marketingovú kampaň (PPC, reklamu na sociálnych sieťach, na youtube.com, rôzne spolupráce, fóra alebo ekvivalent.) a jej načasovanie, vrátane tvorby obsahu (texty, heslá, posty, komentáre, bannery, videá, ilustrácie), jeho zverejnenie. Počas trvania kampane je potrebné sledovať aj jej výkonnosť, vyhodnocovať ju v mesačných reportoch a v prípade potreby ju optimalizovať. Kampaň začne už s predkampaňou, a to minimálne 8 týždňov pred vypustením mobilnej aplikácie resp. video seriálu a skončí 8 týždňov po vypustení mobilnej aplikácie resp. video seriálu. Súčasťou online marketingovej kampane budú aj platené reklamy na stránkach tretích strán (google.com, youtube.com, facebook.com, alebo ekvivalent), a to vo výške 2 000 EUR. Dodávateľ musí túto skutočnosť zohľadniť pri predkladaní cenovej ponuky. Prístup k sociálnym sieťam (facebook, instagram, alebo ekvivalent) bude dodaný. V rámci kampane bude potrebné vytvoriť, načasovať a publikovať minimálne 18 rôznych príspevkov na sociálne siete, ktoré budú prispôsobené danej sociálnej sieti (facebook, instagram, alebo ekvivalent).

Výstupy

Popis	Forma dodania
Návrh, príprava, kreatívne vypracovanie, spustenie a správa online marketingovej kampane a jej načasovanie.	elektronická (v jednom z formátov: .pdf, .docx, .odt, .pptx, alebo ekvivalent)
Vyhodnocovanie kampane na mesačnej báze. Dôležité pre nás budú počet videní videí a stiahnutí mobilnej aplikácie. Očakávame minimálne 10 000 prezretí jednotlivých videí a minimálne 10 000 stiahnutí mobilnej aplikácie.	priebežne elektronicky (v jednom z formátov: .pdf, .docx, .odt, .pptx, alebo ekvivalent)