



SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMITU ZAMÓWIENIA (SOZP)

Przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej akcji społecznej „Wspieram region” – przekaz swój 1 procent podatku organizacji pożytku publicznego z Warmii i Mazur.

1



KOCHAM, WSPIERAM
MÓJ 1% DLA WARMII I MAZUR

Kampania w okresie luty-kwiecień 2019 roku

W ramach kampanii Zamawiający przewiduje:

Lp.	Działania	Opis – szczegóły
A	B	C
1	Internet	<ol style="list-style-type: none">1) geotargetowanie: województwo warmińsko-mazurskie;2) czas emisji reklamy (banneru) w godzinach 7:00 – 23:00;3) grupa docelowa kampanii/odbiorcy to użytkownicy/pracujący mieszkańcy i emeryci (osoby uzyskujące dochody) z województwa warmińsko-mazurskiego;4) wygenerowanie w czasie trwania kampanii ruchu na stronie www.wspieramregion.pl – minimum średnio 10-12 tys. unikalnych użytkowników w każdym miesiącu trwania kampanii (w sumie nie mniej niż 30 tys. przez okres jej trwania); nie dopuszcza się generowania ruchu automatycznego, ruch sprawdzany będzie za pomocą Google Analytics – narzędzia do analizy statystyk serwisów www, udostępnianego przez firmę Google;5) reklama bannerowa wyświetlana na urządzeniach: Desktop, Laptop, Mobile, Tablet;6) maksymalna częstotliwość wyświetlania reklamy na jednego unikalnego użytkownika 5 razy w całym okresie kampanii;7) formaty bannerów internetowych Zamawiającego: 750x200, 750x100, 300x600, 160x600, 336x280 300x250 (statyczne i flash) – ewentualne dostosowanie do innych formatów po stronie Wykonawcy.

2	Prasa	<ol style="list-style-type: none"> 1) publikacja reklamy graficznej tzw. „ucho” na pierwszej stronie trzech poniedziałkowych wydań 2 dzienników regionalnych o największym czytelnictwie i nakładzie w województwie warmińsko-mazurskim – termin do uzgodnienia, w okresie luty-kwiecień; 2) publikacja jednostronicowej lub 2 x ½ strony – reklamy graficznej w regionalnym magazynie lifestylowym kierowanym do mieszkańców województwa warmińsko-mazurskiego, ukazującym się nie rzadziej niż raz na dwa miesiące, działającym na rynku od minimum 3 lat (termin publikacji reklamy do uzgodnienia – w czasie trwania kampanii).
3	Radio	<ol style="list-style-type: none"> 1) 300 emisji 15 sekundowego spotu promocyjno-informacyjnego**; 2) emisja w godzinach 6-18 na antenie regionalnego radia o największym zasięgu oraz słuchalności w regionie.
4	Materiały informacyjno-promocyjne	<ol style="list-style-type: none"> 1) druk materiałów informacyjnych na papierze – kreda matowa 120g/m², druk offsetowy, kolor 4+0 + lakier offsetowy: <ol style="list-style-type: none"> a) format A1 (plakat*) – 150 sztuk b) format A3 (plakat*) – 500 sztuk c) format A4 (plakat*) – 500 sztuk 2) druk materiałów informacyjnych na papierze – kreda matowa 120g/m², druk offsetowy, kolor 4+4 + lakier offsetowy – format A 6 (ulotka dwustronna*) – 10.000 sztuk; 3) wydruk 1 reklamy wielkoformatowej (grafiki) wraz z montażem na billboardzie, o którym mowa w lit c): <ol style="list-style-type: none"> a) wydruk na papierze blue back 4+0 b) wymiary wydruku 525 cm x 255 cm c) lokalizacja billboardu – Olsztyn na ul. Kościuszki przed siedzibą główną Urzędu Marszałkowskiego (powierzchnia reklamowa do umieszczenia billboardów znajduje się w dyspozycji Zamawiającego).
5	Outdoor	<ol style="list-style-type: none"> 1) emisja statycznej planszy* (reklama jednoplanszowa) na ekranach LED/LED CITY w Olsztynie, Elblągu i Ełku w bezpośrednim sąsiedztwie/okolicy siedzib urzędów skarbowych; 2) emisja na ekranach w okresie: <ol style="list-style-type: none"> a) luty – 2 tygodnie b) marzec – 2 tygodnie c) kwiecień – 4 tygodnie

6	Gadżety promocyjne	1) wykonanie 5000 sztuk opasek odblaskowych; 2) opaska w kolorze srebrnym z kolorowym nadrukiem (full kolor) o wymiarach min. 30 mm x 300 mm.
---	--------------------	--

*Projekty: ulotek, plakatów, billboardów, plansz LED, opaski oraz bannerów internetowych (statycznych i flash) Zamawiający przekaże wybranemu Wykonawcy.

Po stronie Wykonawcy będzie ich aktualizacja, dostosowanie do druku lub/i emisji w Internecie, korekta w zakresie treści oraz aktualizacji logotypów patronów medialnych.

**Zamawiający przekaże spot wybranemu Wykonawcy.

Realizacja każdego z ww. wymienionych działań możliwa będzie po uzyskaniu akceptacji Zamawiającego (chodzi o m.in. akceptacje projektów, media planów, etc.)

3