



Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

I. Przedmiot zamówienia.

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii internetowej promującej wybrane działania realizowane przez Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich tj. spotkania informacyjne oraz Mobilne Punkty Informacyjne (MPI).

II. Założenia wybranych działań Sieci PIFE.

MPI to forma spotkań z klientem prowadzona poza siedzibą PIFE, która ma ułatwić dostęp osobom zainteresowanym do informacji o funduszach europejskich.

Spotkania mają na celu przekazanie uczestnikom szczegółowych i aktualnych informacji o funduszach europejskich oraz usługach świadczonych przez PIFE.

III. Zadania Wykonawcy.

- stworzenie projektów graficznych na podstawie linii graficznej przekazanej przez Zamawiającego,
- zaplanowanie i zakup powierzchni reklamowej w Internecie,
- realizacja kampanii,
- przedstawienie raportu końcowego z kampanii.

IV. Opis kampanii.

1. Termin i sposób realizacji kampanii.

- kampania odbywać się będzie sukcesywnie od momentu zawarcia umowy do 29 listopada 2019 r.,
- Wykonawca realizować będzie zlecenia zgodnie z zapotrzebowaniem Zamawiającego tj. zgodnie z zaplanowanymi wydarzeniami (spotkania i MPI). Wyświetlenie jednego internetowego banera zgodnego z formatem opisanym w pkt. 6 będzie trwało 5 dni kalendarzowych. Zamawiający planuje 30 wydarzeń (30 różnych banerów), czyli 150 dni kalendarzowych kampanii (w przypadku, gdy nie pokryją się działania);
- Wykonawca w ciągu 5 dni roboczych od zawarcia umowy, przedstawi propozycję portalu lub kilku portali internetowych, na których realizowana będzie kampania;
- przed rozpoczęciem kampanii, Zamawiający zaakceptuje propozycję portalu/portali internetowych, na których odbędzie się kampania;
- Zamawiający przekazuje informację o terminie emisji banera 5 dni roboczych przez planowaną emisją.
- na 5 dni roboczych przed rozpoczęciem emisji banera, Zamawiający prześle treść, którą należy umieścić na banerze.
- najpóźniej 3 dni robocze przed emisją banera, Wykonawca prześle projekt banera do akceptacji Zamawiającego.
- każda emisja banera poprzedzona będzie akceptacją Zamawiającego.

2. Przekaz kampanii.

Kampania będzie miała charakter informacyjny.

3. Cel kampanii.

Celem kampanii jest poinformowanie jak największej liczby mieszkańców danego podregionu województwa warmińsko-mazurskiego (olsztyński, elbląski, ełcki) o spotkaniach i MPI organizowanych w danym podregionie.





4. Grupa docelowa kampanii.

Grupą docelową jest ogół społeczeństwa województwa warmińsko-mazurskiego (grupa mediowa 18-59 lat) w szczególności:

- firmy z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw;
- osoby planujące założenie własnej działalności gospodarczej;
- potencjalni uczestnicy projektów, osoby zainteresowane podnoszeniem kwalifikacji i zdobyciem wykształcenia;
- grupy defaworyzowane: osoby 50+, osoby z niepełnosprawnościami, grupa NEETs (skrót od ang. Not in employment, education or training – oznacza osoby niezatrudnione nie uczestniczące w edukacji lub szkoleniu).

5. Zasięg kampanii

Kampania o charakterze regionalnym, będzie geotargetowana na obszar subregionu województwa warmińsko-mazurskiego, w którym dane spotkanie lub MPI się odbywa.

6. Struktura Kampanii

Kampania banerowa na portalach/serwisach/stronach internetowych geotargetowana na obszar subregionu województwa warmińsko-mazurskiego, w którym dane spotkanie lub MPI się odbywa (z kliknięciami kierującymi na podstronę www.rpo.warmia.mazury.pl z informacjami o danym działaniu)

Format banerów: 120x600, 300x250, 750x100, 750x200. Dopuszcza się możliwość modyfikacji wymiarów banerów, jeśli jest to niezbędne. Wszelkie ww. modyfikacje wymagają akceptacji Zamawiającego. Koszt modyfikacji musi być uwzględniony w wynagrodzeniu Wykonawcy.

7. Kreacja.

Kreacja kampanii została opracowana przez Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju. Wstępny projekt graficzny dostarcza Zamawiający, a Wykonawca edytuje go w zależności od promowanego działania (spotkanie, MPI). Edycja polegać będzie na zmianie tekstu na czerwonym tle- przykładowy baner w Załączniku nr 3.

8. Emisja.

Emisja banerów na portalach/serwisach/stronach geotargetowanych na obszarach subregionu województwa warmińsko - mazurskiego, w którym dane spotkanie lub MPI się odbywa. Portale muszą mieć charakter ogólnodostępny; ogólnoinformacyjny, skierowany do ogółu społeczeństwa, przy czym tematyka powinna być dostosowana do zainteresowań grupy docelowej opisanej w pkt. 4 (Zamawiający nie dopuszcza przeprowadzenia kampanii na serwisach „plotkarskich” i stronach prezentujących treści nieadekwatne do przekazu i tematyki kampanii).

9. Minimalna liczba kliknięć w reklamę podczas całej kampanii: 15 000.

10. Capping: 3

11. Raport końcowy z kampanii powinien zawierać co najmniej:

- informację o stronach i datach emisji poszczególnych banerów oraz przykładowe zrzuty ze stron dla każdego banera (min. 30 zrzutów ze stron internetowych, przynajmniej 1 z każdego wydarzenia) z całej kampanii,
- odniesienie do celu kampanii i przejść na podstronę serwisu www.rpo.warmia.mazury.pl po zakończeniu kampanii.