



## 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 27 listopada 2020 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 (olsztyński, ełcki, elbląski), 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 Portalu Funduszy Europejskich 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 Funduszy i Polityki Regionalnej. 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.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl) po zakończeniu kampanii.