



Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

I. Przedmiot zamówienia.

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii internetowej promującej wybrane działania realizowane przez Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE) 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. Odbývają się w formie fizycznej i on-line.

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 min. 8 wydarzeń max. 15 wydarzeń (min. 8 i max. 15 różnych banerów), czyli min. 40 a max. 75 dni kalendarzowych kampanii (w przypadku, gdy nie pokryją się działania);
- Wykonawca w ciągu 5 dni roboczych od zawarcia umowy, przedstawi propozycję portali internetowych (min. 5), na których realizowana będzie kampania. Kampania musi odbyć się na co najmniej trzech z pierwszych siedmiu domen (z wyłączeniem Facebooka i You Tube) z rankingu Gemius z czerwca 2020 roku „TOP 20 domen, z których korzysta najczęściej internautów – wszystkie urzędnia” <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-z-czerwiec-2020.html>;
- przed rozpoczęciem kampanii, Zamawiający zaakceptuje propozycję 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 przekaże treść, którą należy umieścić na banerze.
- najpóźniej 3 dni robocze przed emisją banera, Wykonawca przekaże 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).

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 www.funduszeuropejskie.gov.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. Do promocji jednego wydarzenia Wykonawca może użyć kilku różnych formatów wymienionych w pkt. 6 oraz ewentualnie innych po uprzedniej 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 jeden baner: 250 (nie mniej niż 50 dziennie).

10. Capping: 3

11. Raport końcowy z kampanii powinien zawierać co najmniej:

- raport z systemu analitycznego opisujący liczbę przejść na podstronę serwisu www.funduszeuropejskie.gov.pl;

- raport o stronach i danych emisji poszczególnych banerów oraz przykładowe zrzuty ze stron dla każdego banera (w zależności od liczby wyemitowanych banerów: min. 8, max. 15 zrzutów ze stron internetowych, przynajmniej 1 z każdego wydarzenia) z całej kampanii,