



Olsztyn, 14 stycznia 2021 roku

KP-I.272.3.2021

ODPOWIEDŹ NA PYTANIA DO SZACOWANIA

Dot.: wyceny kosztów przeprowadzenia kampanii promocyjnych, dotyczących 9 edycji Konkursu PRO Warmia i Mazury oraz X Festiwalu Promocji Gospodarczej Warmii i Mazur.

Pytania Wykonawcy, które wpłynęły drogą e-maili w dniu 13 stycznia br.:

Pytanie nr 1:

„Google Ads nie poda nam ilości odsłon. Zamiast niego możemy zmierzyć np. wyświetlenia, kliknięcia, obejrzenia (tylko na you tube), widoczne wyświetlenia. Czy parametr Odsłony landing page może być zamieniony np. na kliknięcia?”

Odpowiedź:

Zamawiający nie zgadza się na zamianę wymaganych odsłon landing page na kliknięcia. Wykonawca otrzyma dostęp do Google Analytics z uprawnieniami odczyt i analiza co pozwoli mu na bieżąco śledzić efekty kampanii oraz odpowiednio reagować.

Pytanie nr 2:

„Średni czas trwania sesji – jest to wskaźnik, na który w zasadzie nie mamy wpływu. To jak zachowa się użytkownik w witrynie zależy przede wszystkim od treści, jakie tam znajdzie i ich budowy. Realnie możemy pracować nad tym jacy użytkownicy przychodzą do klienta z GDNu, ale nie możemy odpowiadać za to, jakie decyzje podejmą podczas interakcji z zawartością na docelowym URL. Parametr na który wykonawca nie ma wpływu.”

Odpowiedź:

Z danych statystycznych strony wynika, że średni czas trwania sesji w okresie 1 stycznia – 31 grudnia 2020 roku to 0:59 sek., zatem uzyskanie zakładanego wskaźnika nie będzie niemożliwe.

Pytanie nr 3

„Ad. P. 7. viewability – nie mamy żadnej możliwości wpłynięcia na to, by nasza reklama pokazała się na stronie bez konieczności jej przewijania. Google Ads nie daje takiej opcji i nie można tego zapewnić.”

Odpowiedź:

Rozwiązaniem będzie zaproponowanie do przeprowadzenia kampanii takich stron, na których będzie to możliwe.

Sporządziła – Katarzyna Nykiel-Tujdowska, 14-01-2021 r.