



## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

### 1. Przedmiot zamówienia

Kampania promocyjna oferty inwestycyjnej województwa warmińsko-mazurskiego w mediach społecznościowych.

**2. Termin realizacji zamówienia:** od dnia podpisania umowy do 30 listopada 2021 r.

### 3. Cele kampanii:

- upowszechnienie wiedzy nt. dostępnych zasobów inwestycyjnych województwa warmińsko-mazurskiego;
- wzrost rozpoznawalności oferty inwestycyjnej województwa warmińsko-mazurskiego wśród potencjalnych inwestorów;
- zaprezentowanie województwa warmińsko-mazurskiego jako atrakcyjnej lokalizacji pod inwestycje i miejsca przyjaznego inwestorom.

### 4. Grupa docelowa kampanii:

- osoby poszukujące terenów inwestycyjnych pod inwestycje przemysłowe, magazynowe, usługowe, turystyczne;
- inwestorzy polscy i zagraniczni poszukujący miejsca do inwestycji;
- przedsiębiorcy polscy i zagraniczni o potencjale inwestycyjnym (w tym firmy logistyczne, usługowe i produkcyjne związane z branżą lotniczą);
- instytucje otoczenia biznesu zajmujące się wsparciem przedsiębiorców.

### 5. Zasięg geograficzny kampanii:

- Polska, z wyłączeniem województwa warmińsko-mazurskiego;
- wybrane kraje UE, tj. Szwecja, Dania, Finlandia, Niemcy, Austria.

### 6. Zadania Wykonawcy:

Zadaniem Wykonawcy jest przeprowadzenie kampanii promocyjnej oferty inwestycyjnej województwa warmińsko-mazurskiego na prowadzonych przez Zamawiającego profilach w mediach społecznościowych, tj.

- a) Facebook: <https://www.facebook.com/WarmiaMazuryCzystyZysk/>
- b) LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/urząd-marszałkowski-województwa-warmińsko-mazurskiego>

Zadanie obejmuje przygotowanie i publikację postów oraz ich płatną promocję w kraju i za granicą.

#### 6.1. Przygotowanie i publikacja postów

- 1) Wykonawca odpowiada za przygotowanie 4 postów na podstawie 4 artykułów wskazanych przez Zamawiającego (opublikowanych na stronie [www.invest.warmia.mazury.pl](http://www.invest.warmia.mazury.pl)) i publikację każdego z tych postów w 3 wersjach

językowych – polska, angielska, niemiecka, na portalu Facebook oraz LinkedIn (1 artykuł stanowi materiał bazowy do utworzenia 1 posta na Facebooka i 1 posta na LinkedIn). Posty muszą być dostosowane do wymogów ww. portali pod względem dopuszczalnej liczby znaków i parametrów grafiki.

- 2) Posty muszą zawierać w treści linki do poszczególnych artykułów na stronie Zamawiającego, w oparciu o które powstały.
- 3) W ciągu 5 dni roboczych od daty podpisania umowy Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego harmonogram publikacji postów.
- 4) Treść postów przed publikacją wymaga akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zastrzega prawo do wnoszenia uwag do treści postów, które to uwagi Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić.
- 5) Wykonawca, po uzyskaniu akceptacji treści każdego posta od Zamawiającego, zapewni tłumaczenie wszystkich 4 postów na język angielski i niemiecki.
- 6) Posty w języku angielskim i niemieckim będą miały postać nieopublikowanego posta strony (tzw. „dark post”). W przypadku braku możliwości publikacji postów typu „dark post” w serwisie LinkedIn, Zamawiający dopuszcza publikację postów w języku angielskim i niemieckim w News Feedzie.
- 7) Zamawiający powinien otrzymać propozycję treści wraz ze zdjęciem/grafiką najpóźniej na 2 dni robocze przed datą publikacji posta zaplanowaną w harmonogramie publikacji postów.
- 8) Zamawiający nada uprawnienia Redaktora lub Reklamodawcy osobom wyznaczonym do realizacji zadania przez Wykonawcę i zaakceptowanym przez Zamawiającego.

## **6.2. Promocja postów skierowanych do użytkowników w Polsce z wyłączeniem województwa warmińsko-mazurskiego**

- 1) Wykonawca przeprowadzi płatną promocję (posty sponsorowane) 4 postów opublikowanych na profilach Zamawiającego w serwisach Facebook i LinkedIn.
- 2) Wykonawca zobowiązany jest do promowania każdego posta przez 7 dni kalendarzowych.
- 3) Promocja każdego kolejnego posta rozpocznie się po zakończeniu promocji posta poprzedniego, tak aby posty nawiązujące do różnych artykułów, nie były promowane w tym samym czasie.
- 4) Wskaźniki, które Wykonawca musi osiągnąć:
  - a) Facebook:
    - Zasięg postów – minimum 10 000 użytkowników dla każdego posta;
    - Pozytywne reakcje – minimum 30 dla każdego posta.
  - b) LinkedIn:
    - Zasięg postów – minimum 3000 użytkowników dla każdego posta;
    - Reakcje – minimum 30 dla każdego posta.

## **6.3. Promocja postów skierowanych do użytkowników w wybranych krajach UE**

- 1) Wykonawca przeprowadzi płatną promocję (posty sponsorowane) 4 zatwierdzonych przez Zamawiającego postów w serwisach Facebook i LinkedIn.
- 2) Kampania zostanie przeprowadzona w krajach wskazanych przez Zamawiającego, tj. Szwecja, Dania, Finlandia, Niemcy, Austria.
- 3) Posty w języku angielskim skierowane będą do użytkowników w Szwecji, Danii, Finlandii, natomiast posty w języku niemieckim do użytkowników w Niemczech i Austrii.

- 4) Wykonawca zobowiązany jest do promowania każdego posta przez 7 dni kalendarzowych.
- 5) Promocja każdego kolejnego posta rozpocznie się po zakończeniu promocji posta poprzedniego, tak aby posty nawiązujące do różnych artykułów, nie były promowane w tym samym czasie.
- 6) Wskaźniki, które Wykonawca musi osiągnąć:
  - a) Facebook:
    - Zasięg postów – minimum 10 000 użytkowników dla każdego posta;
    - Pozytywne reakcje – minimum 30 dla każdego posta.
  - b) LinkedIn:
    - Zasięg postów – minimum 3000 użytkowników dla każdego posta;
    - Reakcje – minimum 30 dla każdego posta.

## 7. Pozostałe wymagania:

- 1) Zamawiający zastrzega, że wszystkie aktywności związane z postami powinny być pozyskiwane w sposób naturalny lub ze wsparciem usługi reklamowej serwisu. Zamawiający nie dopuszcza działań nieetycznych, w tym „kupowania reakcji”.
- 2) W postach sponsorowanych, w celu osiągnięcia jak najbardziej optymalnych wyników, zastosowane zostanie targetowanie uzgodnione z Zamawiającym.
- 3) Kampania będzie ustawiona według następujących kryteriów:
  - a) Optymalizacja pod względem ruchu dla reklam graficznych;
  - b) Kampania nastawiona na reakcje i polubienia postów.
- 4) Grupa docelowa zgodnie z zapisami widniejącymi w pkt. 4. *Grupa docelowa kampanii.*
- 5) Zamawiający zastrzega sobie prawo weryfikacji dostarczonego tłumaczenia treści postów. W przypadku negatywnej weryfikacji przedłożonego tłumaczenia, Zamawiający przekaże je do poprawy. Poprawa zakwestionowanego tekstu winna nastąpić w ciągu 2 dni roboczych.
- 6) W celu realizacji płatnej promocji Wykonawca będzie korzystał z własnego konta reklamowego.
- 7) Wykonawca zobowiązany jest do udokumentowania przeprowadzenia kampanii zgodnie z założeniami SOPZ, z uwzględnieniem statystyk dotyczących efektów reklamy i przekazania Zamawiającemu sprawozdania z jej realizacji w ciągu 5 dni roboczych od dnia zakończenia kampanii wskazanego w harmonogramie.