



W celu oszacowania wartości zamówienia, Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego zwraca się z prośbą o przedstawienie informacji dotyczących szacunkowych kosztów realizacji kampanii internetowej zgodnie z poniższym opisem.

Wycena musi obejmować wszystkie n/w koszty. Prosimy o podanie wartości szacunkowej netto i brutto. Pozyskane od Państwa informacje mają na celu wyłącznie rozpoznanie rynku i uzyskanie wiedzy nt. możliwej wartości zamówienia.

I. Przedmiot zamówienia.

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promującej wybrane działania realizowane przez Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE) na terenie województwa warmińsko-mazurskiego tj. spotkania informacyjne (spotkania) oraz Mobilne Punkty Informacyjne (MPI).

II. Założenia wybranych działań Sieci PIFE.

MPI to forma spotkań z klientami przeprowadzana poza siedzibą PIFE, która ma ułatwić dostęp osobom zainteresowanym do informacji o funduszach europejskich. Spotkania informacyjne 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 mediów,
- ✓ realizacja kampanii,
- ✓ przedstawienie raportu końcowego z kampanii.

IV. Opis kampanii.

1. Termin kampanii.

Kampania odbywać się będzie sukcesywnie od momentu podpisania umowy do 10 grudnia 2017 r. Wykonawca realizować będzie zlecenia zgodnie z zapotrzebowaniem Zamawiającego tj. zgodnie z zaplanowanymi wydarzeniami. Wyświetlenie jednego banera będzie trwała 5 dni kalendarzowych. Zamawiający planuje promocję 20 wydarzeń (20 banerów), czyli 100 dni kalendarzowych kampanii.

2. Przekaz kampanii.

Kampania będzie miała charakter informacyjny.

3. Cel kampanii.

Celem kampanii jest poinformowanie jak największej liczby mieszkańców danego subregionu województwa warmińsko-mazurskiego o spotkaniach i MPI organizowanych w danym subregionie przez odpowiedni Punkt w Olsztynie, Elblągu lub Ełku.

4. Grupa docelowa kampanii.

Grupą docelową jest ogół społeczeństwa danego subregionu województwa warmińsko-mazurskiego (grupa wiekowa 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 serwisu www.rpo.warmia.mazury.pl z informacją o danym działaniu).

Formaty 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 Rozwoju. Obejmuje projekt graficzny baneru, który będzie edytowany w zależności od promowanego działania (spotkanie informacyjne, MPI). Wstępny projekt graficzny dostarcza Zamawiający.

8. Emisja.

Emisja banerów na portalach/serwisach/stronach geotargetowanych na obszar subregionu województwa warmińsko-mazurskiego, w którym dane spotkanie lub MPI się odbywa. Wskazane wyżej miejsca nie powinny być wypełnione tanią sensacją, tekstami populistycznymi o dosadnym języku, odwołującym się do emocji, prowokacji, przekraczających ogólnie przyjęte normy współżycia społecznego, niepostrzegający etyki dziennikarskiej w publikowanych treściach. Muszą mieć charakter ogólnodostępny, ogólnoinformacyjny, skierowany do ogółu społeczeństwa.

9. Minimalna liczba unikalnych użytkowników całej kampanii: 15 000.

10. Capping: 3 na unikalnego użytkownika.

KONTAKT

Prosimy o przesłanie wyceny na adres mailowy: u.dargiewicz@warmia.mazury.pl w terminie do 15 maja 2017r.

Wszelkie zapytania proszę kierować na adres mailowy: u.dargiewicz@warmia.mazury.pl

UWAGA:

Niniejsza prośba nie stanowi zapytania ofertowego w myśl przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych i służy badaniu rynku.

Departament Koordynacji Promocji
10-447 Olsztyn
ul. Głowackiego 17

T: +48 89 512 51 70
F: +48 89 512 51 79
E: biuropromocji@warmia.mazury.pl
W: www.wrota.warmia.mazury.pl

Certyfikat Systemu
Zarządzania Jakością
ISO 9001:2008
Nr 188/2006