



Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

I. Przedmiot zamówienia.

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii internetowej promującej wybrane działania realizowane przez Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (spotkania) oraz Mobilne Punkty Informacyjne (MPI).

II. Założenia wybranych działań Sieci PIFE.

MPI to forma spotkań z klientem prowadzona poza siedzibą PIFE, która ma ułatwić osobom zainteresowanym dostęp 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 podpisania umowy do 10 grudnia 2018r.;
- wykonawca realizować będzie zlecenia z zapotrzebowaniem Zamawiającego tj. zgodnie z zaplanowanymi wydarzeniami (spotkania i MPI). Wyświetlenie jednego internetowego banera zgodnego z formatem opisanym w pkt. 6 będzie trwało 4 dni kalendarzowych. Zamawiający planuje 15 wydarzeń (15 różnych banerów), czyli 60 dni kalendarzowych kampanii (w przypadku, gdy nie pokryją się działania);
- wykonawca w ciągu 5 dni roboczych od podpisania 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 przekaze treść, którą należy umieścić na banerze;
- najpóźniej 3 dni robocze przed emisją banera, Wykonawca przekaze projekt baneru 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, etcki) o spotkaniach i MPI organizowanych w danym podregionie.

4. Grupa docelowa kampanii.

Grupą docelową jest ogół społeczeństwa województwa warmińsko-mazurskiego (grupa wiekowa 18-59 lat) w szczególności:

- firmy z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw;

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.mazur.pl

Certyfikat Systemu
Zarządzania Jakością
ISO 9001:2008
Nr 288/2006



Rzeczpospolita
Polska



Zdrowe życie, czysty zysk

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne





- 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 który dane spotkanie lub MPI się odbywa.

6. Struktura Kampanii

Kampania bannerowa 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 www.rpo.warmia.mazury.pl z informacji o danym działaniu) Format banerów: 120x600, 300x250, 750x00, 750x200. Dopuszcza się możliwość modyfikacji wymiarów bannerów, 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 Inwestycji i Rozwoju. 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: 10 000.

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. 20 zrzutów ze stron internetowych, przynajmniej 1 z każdego wydarzenia) z całej kampanii,
- odniesienie do celu kampanii i przejść na podstronę serwisu www.rpo.warmia.mazury.pl po zakończeniu kampanii.

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 388/2006

