

Opis przedmiotu zamówienia pod tytułem:

Wsparcie i obsługa działań w mediach społecznościowych promujących walory i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego oraz ideę uczenia się przez całe życie.

Zamawiający: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
Gabinet Marszałka, Biuro Projektów Promocyjno-Informacyjnych
ul. Marszałka Józefa Piłsudskiego 40, 70-421 Szczecin, tel. (+48 91) 454 29 57
projekty@wzp.pl, www.wzp.pl

Spis treści:

1. Przedmiot zamówienia	3
2. Okres realizacji zamówienia	3
3. Cele zamówienia.....	3
4. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia	4

1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest wsparcie i obsługa działań w mediach społecznościowych promujących walory i potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego oraz ideę uczenia się przez całe życie.

Na przedmiot zamówienia składa się:

- 1) Doradztwo w zakresie realizacji kampanii promocyjnych realizowanych przez Województwo Zachodniopomorskie w mediach społecznościowych.
- 2) Wskazywanie pomysłów na tworzenie nowych kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych związanych z promocją walorów i potencjału gospodarczego na Pomorzu Zachodnim oraz ideę uczenia się przez całe życie.
- 3) Doradztwo w sprawie nowych funkcji i narzędzi dostarczanych przez serwis społecznościowy Facebook, Instagram oraz LinkedIn.
- 4) Utworzenie konta reklamowego na portalu społecznościowym Facebook oraz LinkedIn i przekazanie wszelkich dostępuów do konta dla wskazanych przez Zamawiającego pracowników.
- 5) Opracowywanie raportów z realizacji kampanii promocyjnych z wykorzystaniem Facebook Ads oraz Menadżerze kampanii LinkedIn.
- 6) Analiza treści tworzonych przez pracowników Zamawiającego na kanałach „Pomorze Zachodnie” i „Pomorze Zachodnie News” w serwisie społecznościowym Facebook oraz na kanale „Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego” w serwisie LinkedIn.
- 7) Zapewnienie budżetu przeznaczonego do promocji treści w serwisie społecznościowym Facebook oraz LinkedIn przez Zamawiającego.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia wskazanych elementów zamówienia określono w pkt. 3 OPZ.

2. Okres realizacji zamówienia

- 1) Zamówienie zostanie zrealizowane w okresie 26 miesięcy od dnia zawarcia umowy, z zastrzeżeniem, że nie później niż do 31.05.2026 r.
- 2) Zmiany terminów realizacji określonych elementów zamówienia są możliwe wyłącznie po uzyskaniu zgody zamawiającego.

3. Cele zamówienia

- 1) Wsparcie Zamawiającego w codziennej pracy w zakresie rozwoju mediów społecznościowych prowadzonych przez Zamawiającego.
- 2) Rozwój mediów społecznościowych, jednego z największych nośników komunikacyjnych, przełoży się na wartościowszy sposób przekazywania informacji do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw Pomorza Zachodniego, mieszkańców regionu oraz innych użytkowników mediów społecznościowych, do których dotrzemy z naszymi komunikatami.
- 3) Wsparcie promocji przedsięwzięć i inicjatyw gospodarczych organizowanych na Pomorzu Zachodnim, a także działań wspierających ideę uczenia się przez całe życie.
- 4) Generowanie jak największego zasięgu organicznego m.in. poprzez dążenie do opracowania jak najlepszej jakości materiałów, w tym przede wszystkim treści, grafiki i zdjęć, jak największej liczby osób reagujących na treści publikowanych postów, pozytywnych i licznych reakcji odbiorców na podobne treści w przeszłości, określanie odpowiedniej pory dnia, o której publikowany jest post i odpowiednie dostosowanie postów dla odbiorców pod kątem sposobu dostępu do serwisu.

4. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

- 1) Doradztwo w zakresie realizacji kampanii promocyjnych realizowanych przez Województwo Zachodniopomorskie w mediach społecznościowych:
 - a) Wykonawca będzie świadczył usługę w zakresie doradztwa przy realizacji kampanii promocyjnych wykonywanych przez Zamawiającego.
 - b) Zamawiający w trakcie trwania umowy może zwrócić się **maksymalnie 8 razy** z wnioskiem o analizę i opinię kampanii promocyjnych, które zostaną opracowane i wykonane przez Zamawiającego.
 - c) Opinia powinna zostać przekazana przez Wykonawcę w terminie 10 dni roboczych od dnia przesłania wniosku o jej sporządzenie.
 - d) Opinia, o której mowa w lit. c) powinna być jasna, czytelna, napisana zrozumiałym i przystępnym językiem dla osób niezaawansowanych w zakresie mediów społecznościowych (bez specjalistycznych i branżowych zwrotów).

- 2) Wskazywanie pomysłów na tworzenie nowych kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych związanych z promocją walorów i potencjału gospodarczego na Pomorzu Zachodnim, a także idea uczenia się przez całe życie.
 - a) Wykonawca będzie na bieżąco informować Zamawiającego o nowościach, trendach w realizacji kampanii promocyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem kampanii dotyczących promocji walorów i potencjału gospodarczego miast, regionu lub kraju oraz idei uczenia się przez całe życie które Zamawiający będzie mógł zaadaptować do swoich realizacji.
 - b) Wykonawca w trakcie trwania umowy powinien przedstawić **co najmniej 4** takie pomysły, trendy.
 - c) Pomysły, o których mowa w lit. b) powinny zawierać krótki opis wraz z załącznikami, jak materiały filmowe lub zdjęcia.

- 3) Doradztwo w sprawie nowych funkcji i narzędzi dostarczanych przez serwisy społecznościowe Facebook, Instagram oraz LinkedIn.
 - a) Wykonawca będzie na bieżąco informować o wszystkich nowych funkcjach i narzędziach dostarczanych przez serwisy społecznościowe Facebook, Instagram oraz LinkedIn.
 - b) Bieżące informowanie, o którym mowa w lit. a) oznacza przesyłanie Zamawiającemu szczegółowych opisów dotyczących np. nowych sposobów promocji treści w ww. serwisach, lub sposobów publikacji treści w nowych, atrakcyjnych formach, które są w danym momencie premiowane przez algorytmy serwisów społecznościowych.
 - c) Zamawiający nie wymaga, aby opis był autorskim dziełem Wykonawcy. Zamawiający dopuszcza przekazanie materiałów opisujących najważniejsze zmiany np. w postaci linka do artykułów z branżowych mediów. Istotny dla Zamawiającego jest aspekt merytoryczny i jasny, czytelny opis zmian, jakie zostają wprowadzone.
 - d) Zamawiający, dzięki temu będzie mógł przygotować lub szybko dostosować tworzone treści do najnowszych trendów.
 - e) W związku z dynamicznym rozwojem mediów społecznościowych, Zamawiający nie wskazuje liczby informacji, które ma uzyskać od Wykonawcy.

- 4) Utworzenie konta reklamowego na portalu społecznościowym Facebook oraz LinkedIn i przekazanie wszelkich dostępu do kont dla wskazanych przez Zamawiającego pracowników.
 - a) Wykonawca, w terminie 1 dnia roboczego, od dnia zawarcia umowy, musi utworzyć konto reklamowe w Facebook Ads oraz Menadżera Kampanii LinkedIn, a także dać do nich dostęp wskazanym przez Zamawiającego osób.

- b) Dostęp, o którym mowa w lit. a) musi umożliwiać pracownikom Zamawiającemu tworzenie reklam, promocji, edycji promowanych postów.
 - c) Do konta reklamowego zostaną przypięte na czas realizacji umowy dwa kanały należące do Zamawiającego tj. „Pomorze Zachodnie” i „Pomorze Zachodnie News” z serwisu społecznościowego Facebook oraz „Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego” z serwisu LinkedIn. Zamawiający zastrzega, że do konta reklamowego mogą zostać podpięte jeszcze inne kanały Zamawiającego. Nie wpłynie to jednak w żaden sposób na koszty, które musiałby ponieść Wykonawca.
- 5) Opracowywanie raportów z realizacji kampanii promocyjnych z wykorzystaniem Facebook Ads oraz Menadżera Kampanii LinkedIn.
- a) Wykonawca zobowiązany będzie do opracowywania miesięcznych raportów z realizowanych kampanii promocyjnych za pośrednictwem Facebook Ads oraz Menadżera Kampanii LinkedIn, a także pozostałych elementów zamówienia.
 - b) Raporty, o których mowa w lit. a) Wykonawca ma obowiązek przysyłać w formie elektronicznej na adres projekty@wzp.pl w terminie do 5 dni roboczych po zakończeniu miesiąca kalendarzowego. Z zastrzeżeniem, że pierwszy raport zostanie przekazany po pierwszym pełnym miesiącu kalendarzowym trwania umowy.
 - c) Raport musi zawierać nazwy kampanii, kwoty wydane przez Zamawiającego oraz osiągnięte wskaźniki. Szczegółowy zakres wskaźników, który będzie w raportach zostanie uzgodniony z Zamawiającym po zawarciu umowy.
 - d) Raport może być wygenerowany przez system w aplikacji Facebook Ads w rozszerzeniu xls, a także Menadżera Kampanii LinkedIn.
- 6) Analiza treści tworzonych przez pracowników Zamawiającego na kanałach „Pomorze Zachodnie” i „Pomorze Zachodnie News” w serwisie społecznościowym Facebook oraz kanale „Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego” w serwisie LinkedIn.
- a) Za tworzenie treści w mediach społecznościowych odpowiadają wyłącznie pracownicy Zamawiającego.
 - b) Zadaniem Wykonawcy będzie bieżąca analiza treści publikowanych przez Zamawiającego i ewentualne doradzanie Zamawiającemu w zakresie poprawy, zmiany sposobu komunikacji.
 - c) Wykonawca będzie zobowiązany do niezwłocznego informowania Zamawiającego o każdych uwagach i sugestiach do prowadzonych mediów społecznościowych.
- 7) Zapewnienie budżetu przeznaczonego do promocji treści w serwisie społecznościowym Facebook oraz LinkedIn przez Zamawiającego.
- a) Wszystkie reklamy za pośrednictwem Facebook Ads oraz Menadżera Kampanii LinkedIn będą tworzone przez pracowników Zamawiającego.
 - b) Po stronie Wykonawcy będzie jedynie zapewnienie stałych środków do promocji treści w serwisach społecznościowych Facebook, Instagram oraz LinkedIn.
 - c) W trakcie trwania umowy, tj. przez okres 26 miesięcy od dnia zawarcia umowy, z zastrzeżeniem, że nie dłużej jednak niż do dnia 31 maja 2026 r., Zamawiający przeznaczy na działania promocyjne w każdym miesiącu kalendarzowych kwotę w wysokości 16 tys. złotych brutto, łącznie 416 tys. złotych brutto w trakcie trwania umowy.
 - d) Zamawiający dopuszcza możliwość pojawiania się znacznych różnic między miesięcznymi wydatkami na kampanie promocyjne. Różnice wynikać będą z liczby przedsięwzięć realizowanych w konkretnych miesiącach. Im więcej przedsięwzięć

zrealizuje Zamawiający, o których będzie chciał poinformować grupę docelową zamówienia, tym większy miesięczny budżet zostanie przeznaczony na kampanię, z zastrzeżeniem, że nie będzie to kwota wyższa niż 19 tys. zł brutto miesięcznie. W okresach mniejszej ilości przedsięwzięć o jakich Zamawiający będzie mógł informować grupę docelową, Zamawiający wykorzysta mniejszy miesięczny budżet, niż ten wskazany w lit. c). Niewykorzystany budżet, o którym mowa w zdaniu poprzednim, zostanie tym samym przesunięty na kolejne okresy obowiązywania umowy. Zamawiający zapewnia, że do ostatniego dnia trwania umowy, budżet przeznaczony na działania promocyjne zostanie wykorzystany w całości.