

Przedmiotem zamówienia jest zaplanowanie i przeprowadzenie działań promocyjnych mających na celu promocję projektów ekologicznych, realizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020.

Opis przedmiotu zamówienia

Do wykonawcy będzie należało przeprowadzenie działań promocji wg następujących parametrów:

Kampania ma charakter informacyjny

Zasięg: Województwo Zachodniopomorskie

Termin realizacji: minimum 5 tygodni – maksymalnie do 19.12.2021

Grupa docelowa: Wszyscy mieszkańcy regionu

KANAŁY KOMUNIKACJI:

RADIO (na terenie województwa zachodniopomorskiego)

- 1) Przygotowanie, nagranie, montaż 4 mini audycji (ok 90 sek)
- 2) Minimum 2 emisje każdej audycji
- 3) Przygotowanie, nagranie zapowiedzi każdej z audycji (ok 45 sek)
- 4) Minimum 4 emisje każdej zapowiedzi
- 5) Przygotowanie, nagranie, montaż 1 audycji 180 sek oraz jej promocja
- 6) Minimum 1 emisja (np. 3 wejścia antenowe po 60 sek)

Internet (geotargetowanie zachodniopomorskie)

- 1) Emisja 4 artykułów prasowych (teksty wraz ze zdjęciami po stronie zamawiającego) związanych tematycznie z audycjami na jednym z portali informacyjnych z gwarancją ruchu na poziomie 1500 UU.
- 2) Przygotowanie we własnym zakresie artykułu promocyjnego na potrzeby kampanii do 5 tys. znaków (ze spacjami) i publikacja artykułu na portalu ogólnopolskim o charakterze informacyjnym z targetowaniem na zachodniopomorskie lub emitowanym w dziale dedykowanym dla regionu Pomorza Zachodniego, artykuł powinien zawierać opcje dodania zdjęć oraz materiałów video, oraz być widocznym na desktopach i urządzeniach mobilnych.
- 3) Promocja ww. artykułów.

OFERTA POWINNA ZAWIERAĆ:

1. Cenę brutto za realizację przedmiotu zamówienia

2. Koncepcję kampanii radiowej

Opis koncepcji powinien zawierać informację o konkretnych antenach. Należy wskazać: nazwy stacji radiowych, planowany czas antenowy, liczbę emisji audycji, długość audycji, promocję audycji.

3. Koncepcję kampanii internetowej

Opis koncepcji powinien zawierać informację o konkretnych kanałach realizacji działań. Należy wskazać: nazwy serwisów, liczbę planowanych kliknięć/odstów, lokalizacje na danym serwisie (strona główna czy podstrony tematyczne), czas trwania/emisji danego narzędzia itp. oraz działania w social mediach

4. Dodatkowe narzędzia promocji pozwalające na jak najlepsze dotarcie do odbiorców i będzie stanowić o atrakcyjności kampanii. Wykonawca opíše planowane narzędzia i zasięgi wraz z uzasadnieniem zastosowania danego narzędzia, poza opisanymi w pkt 2 i 3.

5. Informację nt. wiedzy i doświadczenia w realizacji kampanii promocyjnych w radiu i Internecie, w tym celu należy wykazać minimum 2 kampanie o podobnym charakterze, realizowane w ciągu ostatnich 2 lat, o wartości minimum 25 000 zł z podaniem dat, nazwy oraz kwoty.

KRYTERIA OCENY

1. koncepcja kampanii - 30 pkt

2. czas antenowy - 20 pkt

3. ocena dodatkowych narzędzi promocji – 30 pkt

4. cena – 20 pkt

Ad.1 Punkty za „Koncepcja kampanii” zostaną przyznane w następujący sposób wg przedziałów:

a) opis koncepcji kampanii

- zawiera ogólne informacje o formatach i wyświetleniach, antenach, social mediach, czasie emisji – 1 -10 pkt

- zawiera informacje o formatach, liczbie/czasie wyświetleń i portalach docelowych, większy czas emisji artykułu, efektywny czas emisji audycji, działania w social mediach – 11-20 pkt

- zawiera taktyczne informacje np. kampanii i wyszczególnia informacje i założenia w tym, lokalizacje, formaty, zasięgi, portale, inne parametry i optymalizacje itp. odpowiadające grupie docelowej, oferuje promocje i ekspozycje artykułów a także bardzo dobre czasy emisyjne (np. prime time), efektywna promocja artykułów oraz audycji -21-30 pkt

Ad.2 Punkty za łączny czas antenowy materiałów zostaną przyznane :

Czas antenowy oferty badanej

----- x100 % x 20 pkt (waga kryterium)

Największy deklarowany czas antenowy w ramach ofert

Ad.3 Ocenie w kryterium „**Dodatkowe narzędzia promocji**” podlegać będzie pomysł, atrakcyjność formy, potencjał, narzędzia, zasięg;

Punkty za „**Dodatkowe narzędzia promocji**” zostaną przyznane w następujący sposób wg przedziałów:

- promocja o bardzo małym zasięgu i małym potencjale, mało urozmaicona i niewiele wnosząca do realizacji celów – 1-10 pkt.
- promocja o średnim potencjale, mająca szansę dotrzeć do grup docelowych, wymagająca – 11-20 pkt.
- promocja różnorodna i atrakcyjna dla odbiorcy, wymagająca największych nakładów – 21-30 pkt.

Ad. 4

Punkty za kryterium „cena” zostaną obliczone wg następującego wzoru:

Cena brutto oferty najtańszej

----- x100 % x 20 pkt (waga kryterium)

Cena brutto oferty badanej

Dodatkowe informacje:

Elementy obowiązkowe:

- a) Ciąg znaków dla materiałów graficznych i tekstów
- b) Legal słowny, naczytywany dla materiałów radiowych.

Zamawiający zakłada możliwość negocjacji oferty.

Wykonawca będzie zobowiązany do udzielenia wszelkich wyjaśnień i naniesienia wszelkich poprawek oraz korekt – co zostanie szczegółowo uregulowane umową.

Maksymalny budżet całego zadania: **30 000,00 zł brutto**

Oferty należy składać do dnia **5 października 2021** roku do godziny **9.00** na adres e-mail nwolska@wzp.pl