

Szczecin, 8 września 2017 r.

ZMIANA OPISU PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Dotyczy: szacowania wartości zamówienia w ramach **Realizacji nowoczesnej kampanii informacyjno-promocyjnej o szerokim zasięgu dotyczącej wzmocnienie wizerunku gospodarczego województwa zachodniopomorskiego.**

Zamawiający dokonuje **wyjaśnień i zmian** opisu przedmiotu zamówienia w poniższym zakresie:

BYŁO (przed zmianą)	JEST (po zmianie)
<p>KAMPANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNA O ZASIĘGU REGIONALNYM I LOKALNYM WSPIERAJĄCA KONKURS GOSPODARCZY Kampania promocyjno-informacyjna na portalu Facebook</p> <p>"przeprowadzenie kampanii za pomocą Facebook Ads stargetowanej na województwo zachodniopomorskie, która dotrze łącznie przez cały okres trwania kampanii do 31 milionów odbiorców".</p> <p>"Kampania swoim zasięgiem podczas trwania I edycji konkursu obejmie minimum 2,8 mln osób z województwa zachodniopomorskiego".</p> <p>"zasięg organiczny wpisów z informacją o przeprowadzonym konkursie i głosowaniu musi wynieść minimum 80 tysięcy osób, a zaangażowanie fanów musi osiągnąć minimum 8 tysięcy reakcji tygodniowo".</p> <p>PROMOCJA GOSPODARCZA POMORZA ZACHODNIEGO</p>	<p>KAMPANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNA O ZASIĘGU REGIONALNYM I LOKALNYM WSPIERAJĄCA KONKURS GOSPODARCZY Kampania promocyjno-informacyjna na portalu Facebook wspierająca Konkurs Gospodarczy</p> <p>Przeprowadzenie kampanii za pomocą Facebook Ads stargetowanej na województwo zachodniopomorskie, która dotrze łącznie przez cały okres trwania kampanii do 17,4 miliona odbiorców.</p> <p>Poprzez odbiorców i osoby Zamawiający rozumie łączną liczbę przypadków pojawienia się postu na koncie użytkownika, zgodnie z nazwami jakimi posługuje się Facebook. Na przykład jeśli ktoś zobaczy dany post najpierw w Aktualnościach, a później jeszcze raz po udostępnieniu go przez znajomego, system naliczy dwa wyświetlenia.</p> <p>Zasięg organiczny wpisów z informacją o przeprowadzonym konkursie i głosowaniu musi tygodniowo wynieść minimum 80 tysięcy odbiorców, a zaangażowanie fanów musi osiągnąć minimum 8 tysięcy reakcji tygodniowo. Wskaźniki te Wykonawca musi osiągnąć najpóźniej w ciągu miesiąca od dnia rozpoczęcia realizacji kampanii dotyczącej konkursu gospodarczego na portalu Facebook i muszą utrzymać tendencję wzrostową przez cały okres trwania projektu.</p> <p>PROMOCJA GOSPODARCZA POMORZA ZACHODNIEGO</p>

<p>Kampania promocyjno-informacyjna na portalu Facebook Wymagania względem realizacji działania:</p> <p>"zasięg organiczny wpisów z informacją o przeprowadzanym konkursie i głosowaniu musi wynieść minimum 80 tysięcy osób tygodniowo, a zaangażowanie fanów musi osiągnąć minimum 8 tysięcy reakcji tygodniowo. Wskaźniki zostaną osiągnięte najpóźniej w ciągu miesiąca od podpisania umowy i muszą utrzymać tendencję wzrostową przez cały okres trwania projektu".</p>	<p>Kampania promocyjno-informacyjna na portalu Facebook dotycząca potencjału Pomorza Zachodniego Wymagania względem realizacji działania:</p> <p>Zasięg organiczny wpisów z informacją o walorach i potencjale gospodarczym Pomorza Zachodniego, działaniach realizowanych przez Zamawiającego, wydarzeniach, w których będzie brał udział, musi wynieść minimum 80 tysięcy osób tygodniowo, a zaangażowanie fanów musi osiągnąć minimum 8 tysięcy reakcji tygodniowo. Wskaźniki zostaną osiągnięte najpóźniej w ciągu miesiąca od podpisania umowy i muszą utrzymać tendencję wzrostową przez cały okres trwania projektu.</p>
<p>PROMOCJA GOSPODARCZA POMORZA ZACHODNIEGO</p> <p>Kampania w prasie regionalnej i krajowej</p> <p>Wykonawca jest zobowiązany do emisji artykułów i reklam prasowych w prasie regionalnej i krajowej w terminie styczeń 2018 r. - grudzień 2019 r. Publikacje muszą się ukazać w dwóch tytułach prasowych (o zasięgu regionalnym, których średni nakład dzienny wynosi ponad 8000 sztuk), jednym ogólnokrajowym tytule prasowym (którego średni dzienny nakład wynosi minimum 50 tys. szt. - z wyłączeniem tabloidów) oraz w jednym opiniotwórczym tytule prasowym, który ukazuje się raz w tygodniu, którego tygodniowy średni nakład wynosi 100 tys. szt. Tytuły gazet zostaną zaproponowane przez Wykonawcę w media planie.</p>	<p>PROMOCJA GOSPODARCZA POMORZA ZACHODNIEGO</p> <p>Kampania w prasie regionalnej i krajowej</p> <p>Przez prasę regionalną Zamawiający rozumie prasę codzienną regionalną, tygodniki i dwutygodniki regionalne oraz magazyny ogólnopolskie z mutacją na województwo zachodniopomorskie. Przez prasę krajową Zamawiający rozumie media krajowe drukowane z rozróżnieniem na dziennik i tygodnik opiniotwórczy i na miesięcznik zawierający treści biznesowe.</p> <p>[...] oraz w jednym opiniotwórczym tygodniku krajowym, którego tygodniowy średni nakład wynosi 100 tys. szt. Tytuły prasowe zostaną zaproponowane przez Wykonawcę w media planie.</p>
<p>Kampania w prasie regionalnej i lokalnej wspierająca Konkurs Gospodarczy</p>	<p>Przez lokalny tytuł prasowy Zamawiający rozumie: prasę codzienną lokalną, tygodniki i dwutygodniki lokalne, w których dominują lokalne treści, a zasięg ich ukazywania się i kolportażu obejmuje obszar mniejszy niż województwo, równy lub większy niż jeden powiat lub ukazujące się na terenie jednej lub kilku gmin.</p>
<p>Kampania odstonowa w serwisach internetowych promująca Konkurs Gospodarczy "Wykonawca przeprowadzi kampanię odstonową, rotacyjną na stronie głównej wybranego portalu oraz w działach tematycznych takich jak biznes, lifestyle, news. Wykonawca zapewni, że nie mniej niż 75% odston będzie miało miejsce na stronie głównej portalu, a CTR wyniesie minimum 8%".</p> <p>Wskaźniki i efekty do osiągnięcia:</p> <p>"CTR kampanii odstonowej wyniesie minimum 8%".</p> <p>"Wykonawca zapewni, że reklama będzie pozycjonowana zawsze w górnym miejscu serwisu. Format reklamy to animowany billboard w rozmiarze whiteboard (nie mniejszy niż 900x200pixeli), w formule</p>	<p>Kampania odstonowa w serwisach internetowych promująca Konkurs Gospodarczy Wykonawca przeprowadzi kampanię odstonową, rotacyjną na stronie głównej wybranego portalu oraz w działach tematycznych takich jak biznes, lifestyle, news. Wykonawca zapewni, że CTR wyniesie minimum 0,5 %. Warunek w zakresie 75% odston na stronie głównej został wykreślony przez Zamawiającego.</p> <p>Wskaźniki i efekty do osiągnięcia:</p> <p>CTR kampanii odstonowej wyniesie minimum 0,5 %.</p> <p>Wykonawca zapewni, że reklama będzie pozycjonowana zawsze w górnym miejscu serwisu. Format reklamy to animowany billboard w rozmiarze nie mniejszym niż 950x200 pixeli, w formule on top.</p>

on top".	
<p>Kampania odślonowa w serwisach i portalach internetowych promująca Konkurs Gospodarczy</p> <p>"Wykonawca przeprowadzi kampanię odślonową w 2 regionalnych serwisach i portalach internetowych charakteryzujących się największą unikalną liczbą użytkowników (średnio miesięcznie minimum 150 tys. unikalnych użytkowników i 400 tysięcy odślon oraz na wiodących dwóch krajowych portalach (każdy z nich musi posiadać miesięcznie minimum 10 milionów unikalnych użytkowników oraz minimum 100 milionów odślon)".</p>	<p>Kampania odślonowa w serwisach i portalach internetowych promująca Konkurs Gospodarczy</p> <p>Wykonawca przeprowadzi kampanię odślonową w 2 serwisach i portalach internetowych o charakterze informacyjno-biznesowym oraz lifestylowym i największym zasięgu ogólnopolskim z możliwością targetowania na województwo zachodniopomorskie.</p> <p>Liczba odślon w województwie zachodniopomorskim przypadająca na 1 miesiąc powinna wynieść minimum 500 tysięcy.</p>
<p>Kampania informacyjno-promocyjna z udziałem influencerów Zakres wymagań względem realizacji działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Wykonawca musi wybrać influencerów, którzy posiadają minimum 100 tys. subskrybentów na YouTube, oraz dodatkowo posiadają konto na co najmniej jednym innym portalu społecznościowym spośród serwisów, takich jak Facebook (z minimalną liczbą 100 tys. fanów), Instagram (z minimalną liczbą 40 tys. obserwujących), Snapchat (z minimalną liczbą 3 tys. znajomych)". 	<p>Kampania informacyjno-promocyjna z udziałem influencerów Zakres wymagań względem realizacji działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wykonawca musi wybrać influencerów, którzy posiadają minimum 100 tys. subskrybentów na YouTube, oraz dodatkowo posiadają konto na co najmniej jednym innym portalu społecznościowym spośród serwisów, takich jak Facebook (z minimalną liczbą 100 tys. fanów), Instagram (z minimalną liczbą 40 tys. obserwujących). <p>Zamawiający rezygnuje ze Snapchata.</p>
<p>Kampania promocyjna na portalach VOD</p> <p>"Podczas kampanii w platformach VOD będą wyświetlane spoty, w których występują finaliści konkursu oraz spoty z laureatami konkursu".</p>	<p>Kampania promocyjna na portalach VOD</p> <p>Długość spotów i materiałów filmowych emitowanych na portalach VOD musi zostać dostosowana/skrócona do standardowej długości materiałów umieszczanych na portalach VOD i wynosić 30 sekund.</p>
<p>Kampania promocyjno-informacyjna z wykorzystaniem elementów Rich Media</p> <p>Wskaźniki:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wykonawca w trakcie realizacji kampanii zapewni, że kampania będzie miała 2,5 mln odślon, engagement rate na poziomie minimum 20% i expand rate na poziomie minimum 0,15%. • W pierwszej edycji konkursu Wykonawca zapewni w terminie czerwiec-sierpień 2018 r. 1,5 mln odślon reklamy (na urządzeniach mobilnych) opierającej się na metodzie Rich Media, której odbiorcami będą osoby zamieszkujące województwo Zachodniopomorskie w wieku 16+. 	<p>Kampania promocyjno-informacyjna z wykorzystaniem elementów <u>Rich Media Mobile</u></p> <p>Poprzez Rich Media Zamawiający rozumie Rich Media Mobile.</p> <p>Wskaźniki zostały wykreślone.</p> <ul style="list-style-type: none"> • W pierwszej edycji konkursu Wykonawca zapewni w terminie czerwiec-15 września 2018 r. 1,5 mln odślon reklamy (na urządzeniach mobilnych) opierającej się na metodzie Rich Media, której odbiorcami będą osoby zamieszkujące województwo zachodniopomorskie w wieku 16+.
<p>Kampania promocyjno-informacyjna w prasie regionalnej i krajowej</p>	<p>Kampania promocyjno-informacyjna w prasie regionalnej i krajowej</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Częstotliwość ukazywania się materiałów określa Wykonawca w media planie z uwzględnieniem, że publikacje powinny ukazać się w każdej gazecie regionalnej minimum raz na dwa tygodnie (w wydaniu magazynowym, w krajowym tytule prasowym raz w miesiącu (w wydaniu magazynowym) i raz w miesiącu w tygodniku. 	<ul style="list-style-type: none"> • Częstotliwość ukazywania się materiałów określa Wykonawca w media planie z uwzględnieniem, że publikacje powinny ukazać się w każdym z dwoch regionalnych tytułów prasowych minimum raz w miesiącu (w wydaniu magazynowym), w krajowym tytule prasowym raz w miesiącu (w wydaniu magazynowym) i raz w miesiącu w tygodniku.
<p>GALA FINAŁOWA KONKURSU GOSPODARCZEGO</p> <p>Obowiązki Wykonawcy:</p> <p>- zaplanowanie i zakup nagród i kwiatów dla laureatów, z czego nagrody powinny zostać przewidziane dla wszystkich wyłonionych przez kapitułę laureatów, a także dla laureatów wybranych przez publiczność w drodze głosowania. Nagrody muszą być atrakcyjne, użyteczne i wartościowe dla przedsiębiorców biorących udział w konkursie, tak aby zachęcały do wzięcia w nim udziału np. ufundowanie rocznego stażu w oficjalnej instytucji badawczo-rozwojowej zajmującej się prowadzeniem badań w sektorze, w którym pracuje laureat nagrody. Nagrodami nie mogą być standardowe statuetki, puchary, książki, gadżety, sprzęt AGD i RTV.</p>	<p>GALA FINAŁOWA KONKURSU GOSPODARCZEGO</p> <p>Obowiązki Wykonawcy:</p> <p>- zaplanowanie i zakup nagród i kwiatów dla 30 laureatów (I edycja konkursu) i 15 laureatów (II edycja konkursu), z czego nagrody powinny zostać przewidziane dla wszystkich 3 wyłonionych przez kapitułę zwycięzców konkursu (I edycja konkursu), a także dla 3 zwycięzców wybranych przez publiczność w drodze głosowania (II i II edycja konkursu). Nagrody muszą być atrakcyjne, użyteczne i wartościowe dla przedsiębiorców biorących udział w konkursie, tak aby zachęcały do wzięcia w nim udziału np. ufundowanie rocznego stażu w oficjalnej instytucji badawczo-rozwojowej zajmującej się prowadzeniem badań w sektorze, w którym pracuje laureat nagrody. Nagrodami nie mogą być standardowe statuetki, puchary, książki, gadżety, sprzęt AGD i RTV.</p>
<p>Kampania promocyjno-informacyjna na portalu Facebook</p> <p>Docelowa grupa odbiorców działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • W terminie marzec-kwiecień 2018 r. - przedsiębiorcy z sektora MMŚP z województwa Zachodniopomorskiego • W terminie marzec-kwiecień 2019 r. - startup'y, młode firmy z województwa Zachodniopomorskiego • W terminie maj-wrzesień 2018 r. i kwiecień-maj 2019 r. - mieszkańcy województwa Zachodniopomorskiego, w wieku 16+ • W terminie październik-listopad 2018 r. i czerwiec 2019 r. - mieszkańcy województwa Zachodniopomorskiego 	<p>Kampania promocyjno-informacyjna na portalu Facebook</p> <p>Docelowa grupa odbiorców działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • W terminie marzec-kwiecień 2018 r. - przedsiębiorcy z sektora MMŚP z województwa Zachodniopomorskiego • W terminie styczeń-luty 2019 r. - startup'y, młode firmy z województwa Zachodniopomorskiego • W terminie czerwiec-wrzesień 2018 r. i kwiecień-maj 2019 r. - mieszkańcy województwa Zachodniopomorskiego, w wieku 16+ • W terminie październik-listopad 2018 r. i czerwiec 2019 r. - mieszkańcy województwa Zachodniopomorskiego
<p>Kampania promocyjno-informacyjna konkursu na portalu Instagram</p> <p>Docelowa grupa odbiorców działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • W terminie marzec-kwiecień 2018 r. - przedsiębiorcy z sektora MMŚP z województwa Zachodniopomorskiego • W terminie marzec-kwiecień 2019 r. - startup'y, młode firmy z województwa Zachodniopomorskiego • W terminie maj-wrzesień 2018 r. i kwiecień-maj 2019 r. - mieszkańcy województwa Zachodniopomorskiego, w wieku 16+ 	<p>Kampania promocyjno-informacyjna konkursu na portalu Instagram</p> <p>Docelowa grupa odbiorców działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • W terminie marzec-kwiecień 2018 r. - przedsiębiorcy z sektora MMŚP z województwa Zachodniopomorskiego • W terminie styczeń-luty 2019 r. - startup'y, młode firmy z województwa Zachodniopomorskiego • W terminie czerwiec-wrzesień 2018 r. i kwiecień-maj 2019 r. - mieszkańcy województwa Zachodniopomorskiego, w wieku 16+

Zachodniopomorskiego, w wieku 16+ <ul style="list-style-type: none"> W terminie październik-listopad 2018 r. i czerwiec 2019 r. - mieszkańcy województwa Zachodniopomorskiego 	<ul style="list-style-type: none"> W terminie październik-listopad 2018 r. i czerwiec 2019 r. - mieszkańcy województwa Zachodniopomorskiego
KAMPANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNA W TELEWIZJI O ZASIĘGU KRAJOWYM	Pozycję dodano do Formularza wyceny.
MOBILNE CENTRUM INFORMACJI GOSPODARCZEJ (MCIG)	Pozycję dodano do Formularza wyceny.
Kampania w prasie krajowej	Pozycja powtarzała się w formularzu wyceny. Wykreślono powieloną pozycję.

Złożenie oferty w odpowiedzi na niniejsze zapytanie nie stanowi oferty zakupu w rozumieniu przepisów kodeksu cywilnego. Otrzymanie przez Zamawiającego oferty nie jest równorzędne ze złożeniem przez niego zamówienia i nie stanowi podstawy do roszczenia sobie prawa ze strony Oferenta do zawarcia umowy.