

Opis przedmiotu zamówienia (OPZ)

1. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie kreacji kampanii popularyzującej najnowsze rozwiązania prawa pracy dotyczące rodzicielstwa.

2. Cele kampanii

- 2.1. Zwiększenie świadomości na temat przepisów prawa pracy dotyczących rodzicielstwa.
- 2.2. Edukacja na temat uprawnień związanych z rodzicielstwem.
- 2.3. Zachęcenie do korzystania z przepisów prawa pracy dotyczących rodzicielstwa.

3. Grupa docelowa:

- 3.1. rodzice dzieci (matki i ojcowie), z których przynajmniej jedno z rodziców jest zatrudnione na podstawie umowy o pracę,
- 3.2. pracodawcy zatrudniający rodziców, ze szczególnym uwzględnieniem mikro i małych firm.

4. Termin realizacji przedmiotu zamówienia:

25 dni roboczych od dnia podpisania Umowy.

5. Do zadań Wykonawcy będzie należało:

- 5.1. opracowanie analizy grup docelowych kampanii w kontekście ich zainteresowań i konsumpcji mediów. Wykonawca przygotowuje raport na podstawie ogólnopolskich badań z 2024 r., reprezentatywnych (parametry dot. m.in. wieku, wspólnych zainteresowań, korzystania z Internetu), przedstawiających charakterystykę tych grup oraz sposób korzystania z mediów (popularne kanały, serwisy internetowe, profile, komunikatory – dane statystyczne),
- 5.2. przygotowanie nazwy kampanii, którą będzie można użyć jako wspólne hasło do dwóch grup docelowych,
- 5.3. opracowanie czterech haseł kampanii skierowanych do poszczególnych grup docelowych – dwa do rodziców (zarówno do matek jak i ojców), dwa do pracodawców,
- 5.4. przygotowanie pięciu spójnych projektów plakatów promujących kampanię: jeden skierowany do obydwu grup docelowych, dwa skierowane do rodziców i dwa do pracodawców. Plakaty zostaną opracowane z wykorzystaniem nazwy kampanii, haseł, logo PIP i adresem strony internetowej kampanii

www.prawawpracy.pl. Wszystkie plakaty będą spójne i będą zawierały charakterystyczny, wspólny element. Format plakatów 50x70 cm, rozdzielczość 300 dpi. Przygotowując materiał należy dodać po 5 mm spad z każdej strony,

5.5. przygotowanie projektu banneru na podstronę www.pip.gov.pl, o wymiarach 940x385 i rozdzielczości 300 dpi,

5.6. przygotowanie projektu layout'u strony internetowej kampanii www.prawawpracy.pl w wersji na desktop i mobile, zawierającej m.in.:

- nagłówek,
- stopkę,
- menu nawigacyjne,
- podział na sekcje,
- elementy prowadzące do podstron (np. grafiki, kafelki, ikony).

Projekt powinien umożliwiać również dodawanie nowych zakładek na stronie w menu głównym, bez konieczności zmiany projektu graficznego.

5.7. przygotowanie projektów grafik do zamieszczenia postów w social mediach takich, jak: LinkedIn, X, Facebook. Projekty grafik zostaną przygotowane na podstawie pięciu projektów plakatów, o których mowa w pkt 5.4. Wykonawca przygotowuje:

5.7.1. pięć projektów do LinkedIn, <https://www.linkedin.com/company/pip.gov.pl/>,

5.7.2. pięć projektów do X, <https://x.com/pipgip>,

5.7.3. pięć projektów do Facebook.

5.8. Wszystkie projekty, o których mowa w pkt 5.4. – 5.7, po akceptacji Zamawiającego na podstawie pkt 8.2 i przed podpisaniem protokołu odbioru, powinny być dostarczone na elektronicznym nośniku informacji do siedziby Zamawiającego. Należy je zapisać w plikach umożliwiających edycję (otwartych) w środowisku Windows w programach InDesign, Photoshop, Illustrator w wersji CC, a także w plikach w formacie PDF. Wykonawca przygotowuje również wersję poglądową wszystkich projektów w formacie JPG. Ponadto na nośniku do plików edytowalnych należy dodać (w postaci wektorowej) wszystkie wykorzystane w projekcie elementy graficzne oraz zdjęcia w rozdzielczości 300 dpi w formacie JPG lub TIF lub RAW, a także zastosowane fonty (bezpłatne fonty Google).

6. Kluczowe przekazy kampanii do przygotowania kreacji:

6.1. Dla rodziców:

- uświadamianie rodzicom, z których przynajmniej jedno jest zatrudnione na podstawie umowy o pracę, że mogą korzystać z uprawnień przewidzianych dla rodziców w przepisach prawa pracy;
- korzyści płynące z przysługujących uprawnień (umożliwienie rodzicom godzenia obowiązków zawodowych z wychowaniem dzieci);
- informowanie rodziców o tym, że na stronie kampanii www.prawawpracy.pl znajdują szczegółowe informacje na temat uprawnień.

6.2. Dla pracodawców:

- informowanie, że rodzicom przysługują szczególne uprawnienia wynikające z prawa w pracy;
- wspieranie pracowników – rodziców może przekładać się na wiele wymiernych korzyści dla firm, m.in. na pozytywny wizerunek firmy wśród klientów;
- firmy mogą tworzyć kulturę organizacyjną, która promuje równowagę między życiem zawodowym a prywatnym, co buduje lojalność pracowników, poprawia efektywność ich pracy;
- informowanie pracodawców o tym, że na stronie kampanii www.prawawpracy.pl znajdują szczegółowe informacje na temat uprawnień.

7. Ton i Styl Komunikacji:

7.1. Ton: informacyjny, edukacyjny, wspierający, ekspercki.

7.2. Styl: przystępny, zrozumiały, angażujący, wzbudzający zaufanie.

8. Dodatkowe informacje dotyczące realizacji przedmiotu zamówienia

8.1. W dniu podpisania Umowy Zamawiający przekaze Wykonawcy logo Państwowej Inspekcji Pracy w wersji podstawowej i uzupełniającej wraz z wyciągiem z Księgi Systemu Identyfikacji Wizualnej, w którym są określone zasady posługiwania się logo.

8.2. Przekaz zawarty w nazwie kampanii, pozostałych hasłach oraz projektach graficznych powinien być oryginalny, kreatywny, wyrazisty, jednoznacznie zrozumiały i łatwy do zapamiętania dla grup docelowych. Może odwoływać się zarówno do argumentów emocjonalnych, jak i racjonalnych. Zamawiający nie chce, aby kampania zawierała przekaz negatywny, straszący lub wyśmiewający którąkolwiek z grup docelowych, ani odwołujący się do stosowania sankcji.

8.3. Każdy projekt graficzny musi być spójny z pozostałymi projektami, będącymi przedmiotem zamówienia.

8.4. Do przygotowania projektów graficznych/kreacji Wykonawca nie będzie korzystał z narzędzi sztucznej inteligencji.

Załączniki:

1. Informacja o kampanii