

Załącznik nr 2

Wariant I

1. Proponuję poniższe działania promocyjne kampanii „Legitna praca” w Internecie, które zapewnią obejrzenia filmów w całości w serwisach You Tube, Tik Tok, Instagram oraz kliknięcia w reklamę w przypadku GDN. Zamawiający nie jest zainteresowany wyświetlaniem fragmentu filmu. Wycena zawiera wszystkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem i rozliczeniem działań w ramach budżetu w wysokości 162 601,63 zł (bez podatku od towarów i usług) przy założeniu maksymalizacji dotarcia do grup docelowych kampanii i czasie trwania kampanii 35 dni kalendarzowych:

Lp.	Serwis internetowy	Rodzaj reklamy (np. video in stream, in feed ads)	Czas trwania reklamy	Wskaźnik mierzenia skuteczności reklamy, <u>przy założeniu, że rozliczenie wskaźnika CPV następuje po faktycznym obejrzeniu filmu</u>	Wartość liczbowa zaproponowanego wskaźnika, do osiągnięcia przez Wykonawcę	Koszt netto	Stawka VAT	Koszt brutto	W przypadku zastrzeżenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać „Tak”
1.	YouTube	In-stream	30 s	Obejrzenie reklamy w 100%	200 000	50 000	23%	61 500	
2.	TikTok	video in-feed	15 s	Obejrzenie reklamy w 100%	1 000 000	40 000	23%	49 200	
3.	Instagram	video in-feed	15 s	Obejrzenie reklamy w 100%	300 000	40 000	23%	49 200	
4.	GDN	display	-	Kliknięcie	100 000	25 500	23%	31 365	
5	-	koszty techniczne	-	-	-	5 000	-	5 000	
6	SUMA KOSZTÓW					160 500		196 265	

Wariant II

2. Proponuję poniższe działania promocyjne kampanii „Legitna praca” w Internecie, które zapewnią obejrzenia filmów w całości w serwisach internetowych np. You Tube, Tik Tok, Instagram oraz kliknięcia w reklamę np. w GDN lub inne działania. Zamawiający nie jest zainteresowany wyświetlaniem fragmentu filmu. Wycena zawiera wszystkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem i rozliczeniem działań w ramach budżetu w wysokości 162 601,63 zł (bez podatku od towarów i usług) przy założeniu maksymalizacji dotarcia do grup docelowych kampanii i czasie trwania kampanii 35 dni kalendarzowych:

Lp.	Serwis internetowy	Rodzaj reklamy (np. video in stream, in feed ads)	Czas trwania reklamy	Reklama do pominięcia/nie do pominięcia	Wskaźnik mierzenia skuteczności reklamy, przy założeniu, że rozliczenie wskaźnika CPV następuje po faktycznym obejrzeniu filmu	Wartość liczbową zaproponowanego wskaźnika, do osiągnięcia przez Wykonawcę	Koszt netto	Stawka VAT	Koszt brutto	W przypadku zastrzeżenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać „Tak”
1.	YouTube	In-stream	30 s	Nie	Obejrzenie reklamy w 100%	150 000	40 000	23%	49 200	
2.	TikTok	video in-feed	15 s	Nie	Obejrzenie reklamy w 100%	800 000	30 000	23%	36 900	
3.	Instagram	video in-feed	15 s	Nie	Obejrzenie reklamy w 100%	200 000	22 000	23%	27 060	
4.	GDN	display	-	Nie	Kliknięcie	100 000	25 500	23%	30 750	
5.	Influencer marketing	-	-	-	-	-	40 000	23%	49 200	
6.	-	koszty techniczne	-	-	-	5 000	5 000	-	-	

7.	SUMA KOSZTÓW						162 500	-	198 110	
----	-----------------	--	--	--	--	--	---------	---	---------	--

3. Dodatkowe uwagi :

Poprzez influencer marketing rozumiemy współpracę z influencerami, którzy wzięliby udział w kampanii. Ich rolą będzie promocja kampanii poprzez wcześniej nagrane materiały, na które składać się będą:

- materiały edukacyjne/informacyjne, w których influencerzy w przystępny i ciekawy sposób przedstawią wybrany temat związany z rynkiem pracy,
- materiały stricte promujące kampanię.

Kryteria wyboru influencerów:

- profil działalności powiązanie z tematyką kampanii,
- nieposzlakowana opinia o danym influencerze, przez co rozumiemy brak powiązań z aferami w sferze social mediów,
- liczba obserwacji (powyżej 10 000) na jednym z wiodących medium Instagram lub TikTok.