

Załącznik 3 - OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA DLA ZADANIA 2

PRZYGOTOWANIE I REALIZACJA KAMPANII INTERNETOWEJ

1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja w Internecie działań promocyjnych kampanii „Budowa. STOP wypadkom!”. Działania promocyjne kampanii w Internecie zostaną przeprowadzone z uwzględnieniem odpowiednich grup docelowych i kalendarza emisji. W skład przedmiotu zamówienia wchodzi następujące podzadania:

- 1.1. przygotowanie realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie, w tym:
 - 1.1.1. opracowanie strategii i media planu,
 - 1.1.2. opracowanie i przygotowanie do emisji bannerów, a także innych form reklamy (np. reklam tekstowych, linków sponsorowanych w wyszukiwarce/wyszukiwarkach internetowych – zgodnie z zaproponowaną przez Wykonawcę strategią działań) oraz infografik,
- 1.2. realizacja działań promocyjnych kampanii w Internecie - zgodnie z zaproponowaną przez Wykonawcę strategią działań, w tym:
 - 1.2.1. emisje bannerów na portalach internetowych o tematyce budowlanej
 - 1.2.2. emisje reklam w wyszukiwarce internetowej,
 - 1.2.3. emisje reklam w sieci reklamowej wyszukiwarki internetowej, np. GDN,
 - 1.2.4. emisja reklam na portalu/ach ogłoszeniowym/ych,
 - 1.2.5. emisja 30-sekundowego spotu kampanii w serwisie Youtube.
- 1.3. zapewnienie monitorowania działań promocyjnych kampanii w Internecie,
- 1.4. podsumowanie efektywności działań promocyjnych kampanii w Internecie i przedstawienie wyników w postaci raportu.

2. Termin realizacji działań w Internecie:

- 2.1. emisje bannerów na portalach internetowych o tematyce budowlanej – 35 dni kalendarzowe. Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia zadeklarowanej liczby kliknięć w czasie 35 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż 7 dni kalendarzowych,
- 2.2. emisje reklam w wyszukiwarce/ wyszukiwarkach internetowych (w formach wynikających z oferty Wykonawcy) w wyszukiwarce/ wyszukiwarkach internetowych, w sieci wyszukiwarek internetowych (np. GDN) - 35 dni kalendarzowe. Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia zadeklarowanej liczby kliknięć w czasie 35 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż 7 dni kalendarzowych,

- 2.3. emisje bannerów na portalu/ach ogłoszeniowym/yh – 35 dni kalendarzowe.
Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia zadeklarowanej liczby wyświetleń w czasie 35 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż 7 dni kalendarzowych,
- 2.4. emisje 30-sekundowego spotu kampanii w serwisie Youtube – 35 dni kalendarzowe.
Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia zadeklarowanej liczby pełnych odtworzeń spotu (30-sek) w czasie 35 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż 7 dni kalendarzowych,
- 2.5. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego Strategię realizacji kampanii internetowej (zwaną dalej: Strategią), Media plan, bannery i inne formy reklam internetowych, zgodnie z poniższym harmonogramem:
 - 2.5.1. Strategia – nie później niż 5 dni roboczych od dnia zawarcia umowy. Akceptacja Strategii przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przekazania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przekazania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawioną zgodnie z uwagami Strategię. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.
 - 2.5.2. Media plan – nie później niż 5 dni roboczych od akceptacji przez zamawiającego Strategii. Akceptacja Media planu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przekazania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przekazania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawiony zgodnie z uwagami Media plan. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,
 - 2.5.3. Bannery internetowe i inne formy reklamy internetowej - nie później niż 10 dni roboczych od dnia zawarcia umowy. Akceptacja bannerów i innych form reklamy internetowej przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przekazania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 5 dni roboczych od dnia ich przekazania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawione zgodnie z uwagami bannery i inne formy reklamy. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,
 - 2.5.4. raport końcowy w wersji elektronicznej - nie później niż 5 dni robocze po zakończeniu działań prowadzonych w Internecie. Akceptacja raportu przez

Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 5 dni roboczych od dnia przekazania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 3 dni roboczych od dnia ich przekazania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawione zgodnie z uwagami raport. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,

2.6. Zamawiający informuje, że wstępnym założeniem realizacji kampanii „Budowa. Stop wypadkom!” jest emisja internetowa w okresie październik-listopad 2023 r.

3. Grupy docelowe:

3.1. Główna grupa docelowa:

Osoby podejmujące pracę w budownictwie, w szczególności wykwalifikowani i niewykwalifikowani robotnicy budowlani,

3.2. Dodatkowa grupa docelowa:

pracodawcy prowadzący firmy budowlane, w tym w szczególności pracodawcy zatrudniający w swoich firmach do 50 osób.

4. Cele działań promujących kampanię w Internecie:

4.1. Główne cele działań:

- 4.1.1. pracownicy budowlani - uświadomienie im zagrożeń na placu budowy, oraz wyposażenie w wiedzę nt. sposobów zachowania się w sytuacjach potencjalnie niebezpiecznych, a także oddziaływanie na zmianę postrzegania i przestrzegania podstawowych obowiązków pracowniczych, w tym dotyczących stosowania ochron osobistych i stosowania się do obowiązujących na budowie zasad i procedur bezpieczeństwa;
- 4.1.2. kierownicy budów i robót – zwrócenie ich uwagi na rolę efektywnego egzekwowania wymogów dotyczących bezpiecznych metod pracy, m.in., stosowanie przez pracowników środków ochrony indywidualnej; przestrzeganie procedur bhp, a także zwrócenie ich uwagi na istotność rzetelnego instruktażu stanowiskowego w profilaktyce wypadków przy pracy.
- 4.1.3. pracodawcy prowadzący firmy budowlane – zwrócenie ich uwagi na obowiązki pracodawców w zakresie zapewnienia pracownikom bezpiecznych warunków pracy;
- 4.1.4. edukacja grup docelowych na temat obowiązujących przepisów i zasad bhp w budownictwie, a także zwrócenie uwagi na zagrożenia wypadkowe występujące na placu budowy.

4.2. Szczegółowe cele działań:

- 4.2.1. precyzyjne i maksymalnie szerokie dotarcie z przekazem do grup docelowych, za pośrednictwem odpowiednio dobranych narzędzi reklamy internetowej,
 - 4.2.2. maksymalizacja wizyt na stronie internetowej kampanii tj. www.bhpnatak.pl
5. Wymagania dotyczące przedmiotu zamówienia i obowiązki Wykonawcy
- 5.1. Przygotowanie działań promocyjnych w Internecie:
 - 5.1.1. Wykonawca dokona analizy portali internetowych, mechanizmów wyszukiwania treści (również w podziale na desktop, mobile i tablet, na których odbywa się wyszukiwanie) pod kątem ich dostosowania do tematyki i grup docelowych kampanii PIP. Na tej podstawie Wykonawca opracuje strategię realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie, zwaną „Strategią”.
 - 5.1.2. Wykonawca opracuje szczegółowy media plan działań promocyjnych w Internecie, zwany „Media Planem”, według którego, po akceptacji Zamawiającego, zrealizuje działania promocyjne – tj. zakupi emisję bannerów i pozostałych form reklamy.
 - 5.1.3. Wykonawca zaprojektuje oraz przygotuje do emisji w Internecie animowane i statyczne bannery, a także inne formy reklamy internetowej zgodnie z zaproponowaną strategią działań.
 - 5.1.3.1. Bannery i inne formy reklamy zostaną przygotowane z wykorzystaniem materiałów własnych Wykonawcy oraz materiałów graficznych i haseł przekazanych przez Zamawiającego.
 - 5.1.3.2. Formaty bannerów i innych form reklamy muszą być dostosowane do wymogów (w tym ich wymiary, wagi) każdego z portali internetowych, w których będą emitowane.
 - 5.1.3.3. Wykonawca przygotowuje co najmniej jeden banner i/lub jedną formę reklamy internetowej do każdego zaproponowanego do emisji portalu internetowego.
 - 5.1.3.4. Po kliknięciu w banner lub inną formę reklamy internetowej powinno nastąpić automatyczne przekierowanie na stronę kampanii www.bhpnatak.pl,
 - 5.1.3.5. Bannery i inne formy reklamy internetowej przed emisją muszą uzyskać akceptację Zamawiającego, przy czym przygotowane produkty powinny uwzględniać co najmniej takie elementy jak: logo identyfikujące Zamawiającego, logo kampanii, główne hasło kampanii, dla większych formatów adres strony internetowej www.bhpnatak.pl.

5.1.3.6. Wszystkie bannery przygotowane przez Wykonawcę muszą być dostarczone Zamawiającemu w wersjach edytowalnych (PDF i EPS), a także w formatach JPG, PNG (dla bannerów animowanych poszczególne sekwencje animacji) i HTML5. Do plików edytowalnych muszą być dołączone wszystkie wykorzystane zdjęcia, grafiki i fonty użyte w projektach wraz z wymaganymi licencjami/prawami na wykorzystanie. Zamawiający oczekuje, że Wykonawca opracuje projekty z wykorzystaniem ogólnodostępnych, darmowych fontów, np. fontów Google. Ewentualne zdjęcia powinny być dostarczone w rozdzielczości 300 dpi.

5.1.4. Przygotowanie infografik na potrzeby kampanii internetowej

5.1.4.1. Wykonawca zaprojektuje i wykona skład graficzny 3 infografik związanych z tematyką bezpieczeństwa pracy w budownictwie.

5.1.4.2. Infografiki zostaną zaprojektowane z wykorzystaniem materiałów własnych Wykonawcy, a także danych przekazanych przez Zamawiającego. Muszą być spójne graficznie z kreacją kampanii i infografikami przygotowanymi na zlecenie Zamawiającego w 2022 roku (infografiki są dostępne na stronie kampanii www.bhpnatak.pl).

5.1.4.3. Infografiki muszą być przygotowane w sposób umożliwiający wykorzystanie ich na stronie internetowej kampanii www.bhpnatak.pl (rozdzielczość infografiki w podstawie min. 1280 px), a także w sposób umożliwiający wykorzystanie ich jako reklamy prasowej (przewidywany format druku w prasie: 210x148,4 mm).

5.1.4.4. Infografiki muszą dotyczyć następującej tematyki:

- a) bezpieczeństwo pracy z elektronarzędziami wykorzystywanymi podczas prac budowlanych;
- b) bezpieczeństwo pracy przy wykonywaniu prac transportowych i rozładunku na placu budowy;
- c) bezpieczeństwo pracy na budowie przy pracach w pobliżu linii elektro-energetycznych;

5.1.4.5. Każda infografika musi zawierać: logo identyfikujące Zamawiającego, logo kampanii, główne hasło kampanii, adres strony internetowej www.bhpnatak.pl.

5.1.4.6. Wszystkie projekty graficzne infografik powinny być dostarczone na elektronicznym nośniku informacji w plikach otwartych umożliwiających edycję w środowisku Windows w programach InDesign, Photoshop, Illustrator w wersji od CS6, a także pliki w

formacie PDF, infografiki przygotowane i gotowe do druku offsetowego. Dodatkowo Wykonawca przygotuje wersje podglądowe plików w formacie JPG. Na nośniku do plików edytowalnych muszą być dołączone wszystkie wykorzystane zdjęcia, grafiki i fonty użyte w projektach wraz z wymaganymi licencjami/ prawami na wykorzystanie. Zamawiający oczekuje, że Wykonawca opracuje projekty z wykorzystaniem ogólnodostępnych, darmowych fontów np. fontów Google. Ewentualne zdjęcia powinny być dostarczone w rozdzielczości 300 dpi.

- 5.1.5. Wszystkie koszty związane z przygotowaniem bannerów internetowych i infografik, łącznie z pozyskaniem praw do wizerunków osób utrwalonych na fotografiach oraz przeniesieniem ich na Zamawiającego, ponosi Wykonawca. Wykonawca przekaze Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie do: powielania, wykorzystania we fragmentach i w całości, utrwalania na nośnikach elektronicznych, wykorzystania w wydawnictwach i materiałach szkoleniowych PIP, rozpowszechniania bez ograniczeń, emitowania i wykorzystania w celach informacyjnych i edukacyjnych, przekazania podmiotom trzecim, a także dokonywania niezbędnych modyfikacji wszystkich produktów wchodzących w skład przedmiotu zamówienia, w związku z czym Zamawiający nabędzie prawo do nieograniczonego w czasie korzystania z nich i rozporządzania nimi w kraju i zagranicą.
- 5.2. Działania promocyjne kampanii w Internecie - emisja w Internecie bannerów i innych form reklamy:
 - 5.2.1. **Emisja bannerów w co najmniej 3 portalach internetowych o tematyce budowlanej** z zastosowaniem przekierowania użytkownika na stronę internetową www.bhpnatak.pl, przy założeniu, że pojedynczy portal miał w lutym 2022 liczbę miesięcznych wizyt (np. wg. danych SimilarWeb) na poziomie min. 500000. Bannery będą dostosowane do różnych typów urządzeń (stacjonarnych i mobilnych). Przykładowe portale o tematyce budowlanej: .kb.pl, muratorplus.pl, muratordom.pl, budujemydom.pl. Jednocześnie Zamawiający wyklucza emisję bannerów kampanii na portalach:
 - a) o tematyce wnętrzarskiej, np. urządzamy.pl, czasnawnetrze.pl,
 - b) pośrednictwa obrotu i wynajmu nieruchomości,
 - c) z ofertami firm developerskich.

Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie łączną liczbę kliknięć wykonanych przez użytkowników na poziomie wskazanym w ofercie (CPC).

- 5.2.2. Emisje reklam w przynajmniej 1 wyszukiwarce internetowej, z zastosowaniem przekierowania użytkowników zainteresowanych tematyką budownictwa, a także bezpieczeństwem pracy w branży budowlanej. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane kliknięcia w reklamę przekierowującą na stronę internetową www.bhpnatak.pl. Wykonawca przygotowuje listę słów kluczowych (z ewentualnymi słowami wykluczającymi), które pozwolą na precyzyjne dotarcie do grup docelowych, a także propozycję reklam tekstowych, spełniających wymagania systemu reklam przeglądarki internetowej, zgodnych ze specyfiką kampanii (m.in. kontekst związany z branżą budowlaną, pracą na budowie, bezpieczeństwem pracy w budownictwie) i wytycznymi Zamawiającego. Reklamy nie mogą wprowadzać odbiorców w błąd, a ich treść i sposób wyświetlania ma wyeliminować przypadkowe kliknięcia osób spoza grup docelowych.

Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie łączną liczbę kliknięć wykonanych przez użytkowników na poziomie wskazanym w ofercie (CPC).

- 5.2.3. Emisje reklam w sieci reklamowej wyszukiwarki internetowej np. GDN, z zastosowaniem przekierowania użytkowników zainteresowanych tematyką związaną budownictwem, a także bezpieczeństwem pracy w branży budowlanej. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane kliknięcia w reklamy przekierowujące na stronę internetową www.bhpnatak.pl. Wykonawca przygotowuje propozycje reklam spełniających wymagania systemu reklamowego oraz zgodnych ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego. W celu uniknięcia emisji reklam w środowisku, które mogłoby negatywnie wpłynąć na odbiór reklamy i wizerunek urzędu oraz w miejscach, które nie są adresowane do grup docelowych, Wykonawca wykluczy strony niezgodne z wytycznymi Zamawiającego. Reklamy nie mogą wprowadzać odbiorców w błąd, a mechanizm ich wyświetlania (słowa kluczowe, miejsca wyświetlania reklam) ma wyeliminować przypadkowe kliknięcia osób spoza grup docelowych.

Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie łączną liczbę kliknięć wykonanych przez użytkowników na poziomie wskazanym w ofercie (CPC).

- 5.2.4. **Emisje bannerów typu billboard w co najmniej 1 portalu ogłoszeniowym**, w którym dostępne są kategorie lub podkategorie ogłoszeń o tematyce związanej z budownictwem (np. Budowa i remont, Wypożyczalnia maszyn, urządzeń i narzędzi budowlanych) z zastosowaniem przekierowania użytkownika na stronę internetową www.bhpnatak.pl, przy założeniu, że:
- pojedynczy portal miał liczbę miesięcznych wizyt na poziomie min. 150000 (np. wg. danych SimilarWeb).
 - łączna liczba ogłoszeń w kategoriach lub podkategoriach związanych z budownictwem opublikowanych na każdym z portali jest większa niż 50000.

Emitowane bannery będą dostosowane do różnych typów urządzeń (stacjonarnych i mobilnych), nie mniej niż jeden format dla każdego urządzenia. Przykładowy portal o tematyce ogłoszeniowej: olx.pl (kategorie - Budowa i remont, Wypożyczalnia/Urządzenia, maszyny, narzędzia).

Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie łączną liczbę wyświetleń bannerów na portalach na poziomie wskazanym w ofercie (CPM).

- 5.2.5. **Emisja 30-sekundowego spotu kampanii w serwisie Youtube jako reklamy In-Stream możliwej do pominięcia.** Spot kampanii wyświetlany będzie przed innymi filmami w YouTube, w trakcie lub po nich. Wykonawca dokona analizy treści dostępnych w serwisie, która pozwoli na dostosowanie emisji pod kątem maksymalizacji dotarcia do grup docelowych, a także wykluczy kanały i/lub filmy, które mogłyby negatywnie wpłynąć na odbiór reklamy i wizerunek urzędu. Spot kampanii dostępny jest do obejrzenia na stronie internetowej www.bhpnatak.pl. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane odtworzenia reklamy w całości (pełne 30 sekund).
- Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie łączną liczbę 30-sekundowych odtworzeń przez użytkowników na poziomie wskazanym w ofercie (CPV).**

- 5.2.6. Działania w ramach działań promocyjnych kampanii w Internecie muszą być prowadzone jedynie w polskojęzycznych portalach internetowych.

- 5.3. Zapewnienie monitorowania przebiegu działań promocyjnych kampanii w Internecie oraz podsumowanie ich efektywności i przedstawienie wyników w postaci raportu.

- 5.3.1. Wykonawca we współpracy z Zamawiającym przed rozpoczęciem emisji poszczególnych form reklam skonfiguruje narzędzia do zbierania statystyk strony www.bhpnatak.pl, w sposób umożliwiający śledzenie wejść ze wszystkich form prowadzonych działań promocyjnych w Internecie.

- 5.3.2. Wykonawca zapewni Zmawiającemu przynajmniej bierny dostęp do narzędzi reklamowych (do odczytu) w celu podglądu efektów działań promocyjnych kampanii i generowania raportów.
 - 5.3.3. Opracowanie raportu zawierającego podsumowanie i szczegóły realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie, z informacjami o uzyskanych wskaźnikach i udokumentowaniem opublikowanych poszczególnych form reklam w postaci zrzutów ekranu (screenshots) z wykorzystywanych portali o tematyce budowlanej oraz ogłoszeniowych, porównanie realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie ze strategią realizacji oraz założonych parametrów medialnych z faktycznie uzyskanymi w czasie trwania działań promocyjnych, wnioski z emisji poszczególnych form reklamy wraz z rekomendacjami.
- 5.4. Pozostałe uwagi dotyczące przedmiotu zamówienia
- 5.4.1. Przy realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie Zamawiający wyklucza:
 - a) wykorzystanie agresywnych form emisji, np. automatyczne uruchamianie nowych okienek (kart) na warstwie, a także tzw. reklam pływających (floating ads),
 - b) wykorzystanie form reklamy, które pozwalają odbiorcom na dodawanie komentarzy,
 - c) realizację działań promocyjnych kampanii na portalach internetowych oraz serwisie Youtube, które w negatywny sposób mogłyby wpłynąć na promocję tematyki bezpieczeństwa pracy w budownictwie, zawierających treści wulgarne i nieobyczajne, bezpośrednio lub pośrednio namawiających do zachowań niezgodnych z prawem, a także portalach, serwisach, blogach, forach internetowych, których negatywny wizerunek lub kontekst publikowanych materiałów mogłyby w niekorzystny sposób oddziaływać na wizerunek Zamawiającego.
 - d) realizację działań promocyjnych kampanii za pośrednictwem serwisów społecznościowych typu LinkedIn, Facebook, Google+, Instagram oraz portali typu Cda.pl, Chomikuj.pl, Wykop.pl itp., witryn o charakterze tabloidowym.