

Opis Przedmiotu Zamówienia

I. Przedmiot zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest usługa przeprowadzania w Internecie, w szczególności w mediach społecznościowych, kampanii społecznych i informacyjnych, realizowanych przez KPRM.
2. Celem kampanii społecznych będzie informowanie o programach rządowych, zmianach przepisów prawnych oraz prezentacji zmian i rozwiązań dla poszczególnych grup społecznych i beneficjentów tych programów.
3. Zamawiający wymaga realizacji przedmiotu zamówienia od dnia zawarcia umowy do 26 grudnia 2022 r. albo do wyczerpania łącznego maksymalnego wynagrodzenia wynikającego z realizacji umowy, w zależności od tego, które z tych zdarzeń nastąpi wcześniej.
4. Wykonawca będzie na bieżąco konsultował z Zamawiającym kolejne etapy realizacji umowy. Zamawiający będzie miał możliwość zgłaszania uwag dotyczących sposobu wykonania umowy na każdym etapie jej realizacji, które Wykonawca będzie uwzględniał.
5. Wycena zamówienia przez Wykonawcę powinna obejmować wszystkie koszty związane z jego realizacją.

II. Grupa docelowa

1. Grupą docelową każdej kampanii jest ogół społeczeństwa, (grupa mediowa 18+), a w szczególności potencjalni beneficjenci programów rządowych i konkretne grupy docelowe, w zależności od potrzeb, np.:
 - firmy z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw oraz kluczowi menadżerowie dużych przedsiębiorstw;
 - osoby 50+;
 - osoby z niepełnosprawnościami;
 - ludzie młodzi do 30 roku życia, wchodzący lub powracający na rynek pracy;
 - młode małżeństwa i rodzice małych dzieci;
 - osoby zamieszkujące małe miejscowości i wsie;
 - osoby korzystające z publicznej służby zdrowia;
 - studenci uczelni wyższych,
 - inne grupy wskazane przez Zamawiającego we współpracy z Wykonawcą.
2. Zamawiający, zlecając Wykonawcy przygotowanie media planu każdej kampanii, określi jej grupę docelową.
3. Zamawiający dopuszcza możliwość zlecenia określenia grupy docelowej przez wykonawcę.

III. Realizacja kampanii

1. Każda kampania będzie mogła obejmować następujący zakup reklam:
 - 1.1. reklama w serwisie Facebook – Aktualności, Facebook Stories, Facebook Messenger,
 - 1.2. reklama w serwisie Twitter – Tweety i Trendy,
 - 1.3. reklama w serwisie Instagram - Aktualności i Instagram Stories,
 - 1.4. reklama w serwisie YouTube - In-Video i TrueView in-stream,
 - 1.5. reklama w serwisie LinkedIn – Aktualności,
 - 1.6. reklama w serwisie TikTok - TopView, Brand Takeover, Branded Hashtag Challenge, In-Feed Ads, Branded Effects,
 - 1.7. reklama w serwisie Twitch,
 - 1.8. reklama w serwisie Pinterest,
 - 1.9. reklama Google Display Network.
2. Każda kampania będzie prowadzona w mediach społecznościowych z wykorzystaniem profili Zamawiającego.
3. Zamawiający zakłada realizację 6 typów kampanii, w zależności od ich budżetu:
 - 3.1. Kampania I – budżet 5 000 zł brutto;
 - 3.2. Kampania II – budżet 50 000 zł brutto;
 - 3.3. Kampania III – budżet 100 000 zł brutto;
 - 3.4. Kampania IV – budżet 200 000 zł brutto;
 - 3.5. Kampania V – budżet 300 000 zł brutto;
 - 3.6. Kampania VI – budżet 500 000 zł brutto.

IV. Harmonogram prac:

1. Zamawiający zleca Wykonawcy przygotowanie kampanii w Internecie, wskazując zakładany budżet, grupę docelową, czas trwania kampanii oraz kanały komunikacji.
2. Po otrzymaniu zlecenia od Zamawiającego, niezwłocznie, w terminie do 24 godzin od momentu otrzymania od Zamawiającego zlecenia, Wykonawca przygotowuje szczegółowy media plan dla kampanii, zawierający m.in. informacje o planowanej liczbie wyświetleń, kliknięć, obejrzeń, mechanizmie targetowania do grup docelowych, a także koszt zakupu mediów. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzania wszelkich uzasadnionych poprawek do media planu, natomiast Wykonawca jest zobowiązany do ich uwzględnienia. W toku kampanii media plan może być optymalizowany, również w wyniku rekomendacji Wykonawcy.
3. Po zaakceptowaniu przez Zamawiającego media planu, Zamawiający określi dzień startu kampanii, a Wykonawca dokona zakupu mediów, zgodnie z przedstawioną Ofertą oraz zaakceptowanym przez Zamawiającego media planem.

V. Informacje szczegółowe

1. Każda kampania będzie prowadzona z użyciem dedykowanych dla danej grupy docelowej materiałów przygotowanych przez Zamawiającego. Wykonawca będzie głosem doradczym przy opracowywaniu tych materiałów.
2. Wykonawca, za pomocą narzędzi udostępnianych przez właściciela portalu społecznościowego, definiuje i wskazuje kryteria, wg. których właściciel portalu sam wyszukuje wśród użytkowników swojego portalu adresatów danej kampanii (grupę docelową).

3. Przed rozpoczęciem planowania każdej kampanii Zamawiający przewiduje możliwość spotkania konsultacyjnego on-line z Wykonawcą, w celu jej optymalizacji.
4. Każda kampania będzie prowadzona ze zbliżoną intensywnością przez cały okres realizacji określonego zadania (kampanii).
5. Do zadań Wykonawcy należy wprowadzanie i testowanie ustawień kampanii, zarządzanie budżetami, w tym implementacja strategii stawek w licytacji. Wykonawca będzie dążył do optymalizacji każdej kampanii i wstrzymywania najmniej efektywnych grup reklam. Będzie podejmował działania poprawiające wskaźniki CTR oraz kryteria targetowania każdej kampanii, umożliwiające precyzyjniejsze docieranie do grupy docelowej.
6. Wykonawca będzie przygotowywał tygodniowe raporty informujące o postępach w realizacji wskaźników każdej kampanii, zawierające informacje pozwalające na ocenę postępów przez Zamawiającego.
7. Zamawiający ma prawo do żądania od Wykonawcy przygotowania innych raportów lub podsumowań.
8. Liczba prowadzonych kampanii będzie zależna od bieżących potrzeb Zamawiającego. Minimalny czas trwania jednej kampanii to 24 h, maksymalny – 30 dni.
9. Na koniec każdej kampanii Wykonawca przygotowuje raport końcowy, zawierający podsumowanie kampanii, wnioski oraz rekomendacje dotyczące optymalizacji, będący podstawą do rozliczenia, po jego akceptacji przez Zamawiającego.
10. Wykonawca zapewni Zamawiającemu pełny dostęp do panelów reklamowych, w których Zamawiający będzie mógł na bieżąco śledzić postępy realizacji kampanii.
11. Wykonawca będzie dostępny dla Zamawiającego codziennie, przez 24 h, 7 dni w tygodniu, również w święta.