

## RAPORT\*

nt. zrealizowanych działań w etapie nr..... projektu

pt. .... (nazwa zadania/projektu)

określonego w umowie nr ....., zawartej w dniu ....., pomiędzy Ministrem Funduszy i  
Polityki Regionalnej a ..... (nazwa Oferenta)

Data złożenia raportu: .....

### Część I. Część merytoryczna

1. Czy zakładane cele zostały osiągnięte w danym etapie w wymiarze określonym w ofercie? Jeśli nie -  
dlaczego?

.....  
.....  
.....

2. Opis wykonania zadania w danym etapie projektu, w tym opis podjętych działań, wyemitowanych materiałów,  
przeprowadzonych konkursów, dodatkowych działań angażujących odbiorców itd.: <sup>2)</sup>

.....  
.....  
.....

3. Opis wykonanych działań promocyjnych w danym etapie projektu:

.....  
.....  
.....

3. Liczbowe określenie skali działań, zrealizowanych w ramach zadania (należy użyć tych samych wskaźników,  
które były zapisane w pkt IV oferty projektu pt. *Oczekiwane rezultaty projektu*).

Czy zakładane wskaźniki zostały osiągnięte w danym etapie w wymiarze określonym w ofercie? Jeśli nie -  
dlaczego?

.....  
.....  
.....

Nazwa wskaźnika (niepotrzebne skreślić)	Docelowa wartość dla etapu nr.....	Wartość osiągnięta w etapie nr....
<b>Strona Główna (SG) portalu</b>		
1. Liczba odsłon reklamy (PV) – panel/zajawka projektu na SG portalu <sup>1*</sup>		
2. Zasięg reklamy (UU) – panel/zajawka projektu na SG portalu		
3. Koszt dotarcia do 1 (UU) materiałów contentowych (budżet / liczbę IR)		
4. Liczba interakcji (IR) użytkownika (UU) z reklamą - liczba kliknięć panelu/zajawki na SG portalu, które skutecznie przekierowały użytkownika do materiału contentowego		
5. CTR (Liczba interakcji (IR) - pkt. 4 / na liczbę odsłon (PV) – pkt 1		
<b>Zaangażowanie użytkowników</b>		
6. Liczba odsłon materiałów contentowych (PV)		
7. Estymacja średniego czasu spędzonego w artykule contentowym – długość sesji		
8. Liczba wyświetleń filmów video (rozpoczęte odtworzenia filmu)		
9. Współczynnik odrzuceń (BR) – zdefiniowany jako 35% wszystkich użytkowników, którzy spędzą co najmniej 30 sekund w artykule		
Konwersje - dowolna aktywność w ramach materiału contentowego – np. pobranie poradnika, udział w quizie, przekierowanie na strony Organizatora, czas spędzony na stronie, głębokość scrollowania, inne zaproponowanych przez Wykonawcę:		
a) ...(tu wpisać wskaźnik i content np.quiz, poradnik, link itp.)		
b) ...(tu wpisać wskaźnik i content np.quiz, poradnik, link itp.)		
c) ...(tu wpisać wskaźnik i content np.quiz, poradnik, link itp.)		
a) ...(wpisać nazwę SM i reakcji np. polubienia itp.)		
b) ...(wpisać nazwę SM i reakcji np. polubienia itp.)		
c) ...(wpisać nazwę SM i reakcji np. polubienia itp.)		

<sup>1</sup> Panel/zajawka był/a widoczny/a w aktywnym oknie przeglądarki przez min. 1 sekundę

a) artykuły (materiały powyżej 1500 znaków);		
b) newsy (materiały do 1500 znaków);		
c) materiały video (jeżeli dotyczy);		
d) galerie zdjęć (zawierające co najmniej 10 zdjęć, jeżeli dotyczy);		
e) infografiki (jeżeli dotyczy);		
f) poradniki (jeżeli dotyczy);		
g) inne .... (np. Quizy itp., jeżeli dotyczy).		
h) inne ...		
i) inne ....		
a) ...(tu wpisać wskaźnik i formę/narzędzie reklamy, np. liczba uczestników konkursu)		
b) ...(tu wpisać wskaźnik i formę/narzędzie reklamy)		
c) ...(tu wpisać wskaźnik i formę/narzędzie reklamy)		

Załączniki<sup>2</sup>:

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

.....

.....

(podpis koordynatora projektu lub osoby upoważnionej lub podpisy osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu organizacji pozarządowej\*/ podmiotu\*/ jednostki organizacyjnej\*)

\_\_\_\_\_  
\* Niepotrzebne skreślić.

\_\_\_\_\_  
<sup>2</sup> W tym dowody zrealizowanych działań w postaci screenów, tekstów, zdjęć itd.