

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest opracowanie strategii i prowadzenie kampanii promocyjnej Igrzysk Europejskich 2023 w mediach społecznościowych.

2. Przedmiot zamówienia obejmuje:

2.1 Opracowanie strategii kampanii promocyjnej Igrzysk Europejskich 2023 w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok), z uwzględnieniem działań z wykorzystaniem influencerów. Strategia ma stanowić rozwinięcie wstępnej koncepcji przedstawionej przez Wykonawcę na etapie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego i zawierać w szczególności:

a) analizę sytuacji wyjściowej na podstawie statystyk (m.in. wewnętrzne statystyki Facebooka, Instagrama, TikToka itd.) oraz analiza konkurencji;

b) uzyskanie celów mierzalnych na poziomie minimum dla poniższych kanałów mediów społecznościowych:

- Facebook – 50 000 użytkowników do 31.07.2023 r.
- Instagram – 20 000 użytkowników do 31.07.2023 r.
- Tik-Tok – 200 000 użytkowników do 31.07.2023 r.
- YouTube – 500 000 wyświetleń/film do 31.07.2023 r.

c) zasady śledzenia wyników i porównywanie ich z celami - optymalizacja strategii,

d) określenie kluczowego przekazu dla wszystkich grup docelowych określonych w strategii komunikacji,

e) opis działań polegających na dotarciu do nowych odbiorców, zbudowaniu świadomości marki i ogólnego zaangażowania, edukacji, zbudowaniu wizerunku, bazy mailingowej, zwiększeniu ruchu na stronie internetowej,

f) określenie harmonogramu działań na Facebooku, Instagramie i TikToku w oparciu o wytyczne Zamawiającego zawarte w udostępnionych o zawarciu umowy:

- strategii komunikacji,

- harmonogramie Igrzysk Europejskich 2023,
- kalendarzu najważniejszych imprez w 2022 roku i 2023 roku,
- cyklach tematycznych

g) określenie harmonogramu działań płatnych na poszczególne miesiące przy budżecie: Facebook na poziomie 50.000,00 zł, Instagram na poziomie 50.000,00 zł, TikTok na poziomie 50.000,00 zł, Google ADS na poziomie 50.000,00 zł

h) określenie zakresu i harmonogramu działań z udziałem influencerów

2.2 Wdrożenie zaakceptowanej przez Zamawiającego strategii prowadzenia działań promocyjnych Igrzysk Europejskich 2023.

2.3 Produkcję treści (contentu) tekstowego, video i graficznego, we własnym, unikalnym stylu, o tematyce określonej w strategii komunikacji.

2.4 Działania w portalu Facebook będą obejmować:

a) Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawiania Zamawiającemu propozycji tematów, a po ich zatwierdzeniu do tworzenia treści, w tym grafik/animacji/short video itp.).

b) Harmonogram działań (w tym publikacji postów) będzie określany na każdy kolejny tydzień (do czwartku do godz. 12:00). Gotowość do reagowania poprzez RTM.

c) Wykonawca zobowiązany będzie do publikacji postów na Facebooku: minimum czterech postów tygodniowo, a w okresie czerwiec – lipiec 2023 r. minimum czterech i maksymalnie trzydziestu postów tygodniowo;

d) Wszystkie posty zaplanowane w harmonogramie będą publikowane w języku angielskim i polskim;

e) Zamawiający będzie wymagał pełnej znajomości treści pojawiających się na stronie internetowej Zamawiającego oraz wszystkich materiałów przesłanych przez Zamawiającego;

f) Wykonawca będzie zobowiązany do przygotowanie „Q&A” z najczęściej pojawiającymi się pytaniami. Dokument taki musi zostać zatwierdzony przez Zamawiającego..

g) Wykonawca będzie zobowiązany do odpowiadania na wiadomości prywatne do trzech godzin od ich otrzymania w godz. 8.00-22.00 w dni powszednie i weekendy. W przypadku wiadomości prywatnych otrzymanych po godz. 22.00 oznacza to odpowiedź najpóźniej w ciągu trzech godzin liczonych od godz. 8.00 w kolejnym dniu. W okresie czerwiec-lipiec 2023 Wykonawca zobowiązany będzie odpowiadać na wiadomości prywatne niezwłocznie, nie później niż dwie godziny od ich otrzymania;

- h) Wykonawca zobowiązany będzie do odpowiadania na komentarze. Odpowiedź na komentarze zawierające kontrowersyjne treści wymaga konsultacji z Zamawiającym;
- i) Projektowania graficzne musi być spójne z identyfikacją graficzną Igrzysk Europejskich 2023;
- j) Wykonawca zobowiązany będzie do prowadzenia działań mających na celu realizację świadczeń sponsorskich;
- k) Wykonawca zobowiązany będzie do sporządzania i przekazywania Zamawiającemu comiesięcznego raportu zawierającego opis przeprowadzonych działań (w tym w ramach kampanii płatnej), potwierdzający zgodność wyników z celami oraz wnioski i ewentualne rekomendacje.

2.4 Działania w portalu Instagram będą obejmować:

- a) Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawiania Zamawiającemu propozycji tematów, a po ich zatwierdzeniu do tworzenia treści, w tym grafik/animacji/short video itp.).
- b) Harmonogram działań (w tym publikacji postów) będzie określany na każdy kolejny tydzień (do czwartku do godz. 12:00). Gotowość do reagowania poprzez RTM.
- c) Wykonawca zobowiązany będzie do publikacji postów na Facebooku: minimum czterech postów tygodniowo, a w okresie czerwiec – lipiec 2023 r. minimum czterech i maksymalnie trzydziestu postów tygodniowo;
- d) Wszystkie posty zaplanowane w harmonogramie będą publikowane w języku angielskim i polskim;
- e) Zamawiający będzie wymagał pełnej znajomości treści pojawiających się na stronie internetowej Zamawiającego oraz wszystkich materiałów przesłanych przez Zamawiającego;
- f) Wykonawca będzie zobowiązany do przygotowanie „Q&A” z najczęściej pojawiającymi się pytaniami . Dokument taki musi zostać zatwierdzony przez Zamawiającego..
- g) Wykonawca będzie zobowiązany do odpowiadania na wiadomości prywatne do trzech godzin od ich otrzymania w godz. 8.00-22.00 w dni powszednie i weekendy. W przypadku wiadomości prywatnych otrzymanych po godz. 22.00 oznacza to odpowiedź najpóźniej w ciągu trzech godzin liczonych od godz. 8.00 w kolejnym dniu. W okresie czerwiec-lipiec 2023 Wykonawca zobowiązany będzie odpowiadać na wiadomości prywatne niezwłocznie, nie później niż dwie godziny od ich otrzymania;

- h) Wykonawca zobowiązany będzie do odpowiadania na komentarze. Odpowiedź na komentarze zawierające kontrowersyjne treści wymaga konsultacji z Zamawiającym;
- i) Projektowania graficzne musi być spójne z identyfikacją graficzną Igrzysk Europejskich 2023;
- j) Wykonawca zobowiązany będzie do prowadzenia działań mających na celu realizację świadczeń sponsorskich;
- k) Wykonawca zobowiązany będzie do sporządzania i przekazywania Zamawiającemu comiesięcznego raportu zawierającego opis przeprowadzonych działań (w tym w ramach kampanii płatnej), potwierdzający zgodność wyników z celami oraz wnioski i ewentualne rekomendacje.

2.5 Działania w portalu TikTok będą obejmować:

- a) Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawiania Zamawiającemu propozycji tematów, a po ich zatwierdzeniu do tworzenia treści, w tym grafik/animacji/short video itp.).
- b) Harmonogram działań (w tym publikacji postów) będzie określany na każdy kolejny tydzień (do czwartku do godz. 12:00). Gotowość do reagowania poprzez RTM.
- c) Wykonawca zobowiązany będzie do publikacji postów na Facebooku: minimum czterech postów tygodniowo, a w okresie czerwiec – lipiec 2023 r. minimum czterech i maksymalnie trzydziestu postów tygodniowo;
- d) Wszystkie posty zaplanowane w harmonogramie będą publikowane w języku angielskim i polskim;
- e) Zamawiający będzie wymagał pełnej znajomości treści pojawiających się na stronie internetowej Zamawiającego oraz wszystkich materiałów przesłanych przez Zamawiającego;
- f) Wykonawca będzie zobowiązany do przygotowanie „Q&A” z najczęściej pojawiającymi się pytaniami . Dokument taki musi zostać zatwierdzony przez Zamawiającego..
- g) Wykonawca będzie zobowiązany do odpowiadania na wiadomości prywatne do trzech godzin od ich otrzymania w godz. 8.00-22.00 w dni powszednie i weekendy. W przypadku wiadomości prywatnych otrzymanych po godz. 22.00 oznacza to odpowiedź najpóźniej w ciągu trzech godzin liczonych od godz. 8.00 w kolejnym dniu. W okresie czerwiec-lipiec 2023 Wykonawca zobowiązany będzie odpowiadać na wiadomości prywatne niezwłocznie, nie później niż dwie godziny od ich otrzymania;

- h) Wykonawca zobowiązany będzie do odpowiadania na komentarze. Odpowiedź na komentarze zawierające kontrowersyjne treści wymaga konsultacji z Zamawiającym;
- i) Projektowania graficzne musi być spójne z identyfikacją graficzną Igrzysk Europejskich 2023;
- j) Wykonawca zobowiązany będzie do prowadzenia działań mających na celu realizację świadczeń sponsorskich;
- k) Wyprodukowane treści video i graficzne powinny mieć własny, unikalny styl, odpowiadać aktualnym trendom, z potencjałem viralowym
- l) Wykonawca zobowiązany będzie do sporządzania i przekazywania Zamawiającemu comiesięcznego raportu zawierającego opis przeprowadzonych działań (w tym w ramach kampanii płatnej), potwierdzający zgodność wyników z celami oraz wnioski i ewentualne rekomendacje.

2.6 Działania w ramach Google ADS

- a) Stworzenie i konfiguracja kampanii reklamowych w Google Ads,
- b) Dobranie odpowiednich słów kluczowych we współpracy z Zamawiającym,
- c) Określenie harmonogramu działań na poszczególne miesiące przy założonym budżecie,
- d) Wdrożenie kampanii reklamowej Google Ads,
- e) Wykonawca zobowiązany będzie do sporządzania i przekazywania Zamawiającemu comiesięcznego raportu zawierającego opis przeprowadzonych działań (w tym w ramach kampanii płatnej), potwierdzający zgodność wyników z celami oraz wnioski i ewentualne rekomendacje.

2.7 Kampania w social mediach (YouTube, Facebook, Instagram Tik Tok) z udziałem influencera

- a) Wykonawca zaangażuje do realizacji działań promocyjnych pięciu influencerów zajmujących się tematyką podróży, aktywnego wypoczynku, sportem.
- b) Przez Influencera Zamawiający rozumie osobę rozpoznawalną, która posiada bloga, vloga, konto na Facebooku, Instagramie, Youtubie, Snapchacie lub innym portalu społecznościowym, mająca co najmniej 20.000 osób obserwujących i może swoją opinią wpłynąć na zachowania społeczne.

c) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu co najmniej dziesięciu kandydatów influencerów, spośród których Zamawiający dokona wyboru pięciu osób realizujących działania promocyjne. Zamawiający ma prawo odmówić wyboru spośród przedstawionych mu kandydatów. W takim przypadku Wykonawca zobowiązany będzie do zaproponowania Zamawiającemu innych kandydatów.

d) Zamawiającemu przysługiwać będzie prawo do kontroli treści materiałów promocyjnych tworzonych przez influencerów i decydowania o ich publikacji

e) Materiały promocyjne przygotowywane przez influencerów będą zgodne z zatwierdzoną przez Zamawiającego strategią i właściwe dla charakteru ich poprzednich działań (w szczególności mogą to być filmy na YouTube, Facebooku, Instagramie i innych mediach społecznościowych, wpis na blogu).

f) Wykonawca przekaze Zamawiającemu na odpowiednich nośnikach komplet wszystkich materiałów w wersjach ostatecznych przeznaczonych do emisji/publikacji/dystrybucji, umożliwiając ich dalsze wykorzystanie.

g) Wykonawca zobowiązany będzie do sporządzania i przekazywania Zamawiającemu comiesięcznego raportu zawierającego opis działań przeprowadzonych przez influencerów, potwierdzający zgodność wyników z celami oraz wnioski i ewentualne rekomendacje.

2.8 Inne wymagania dotyczące przedmiotu zamówienia

a) Zamawiający wymaga ze strony Wykonawcy elastycznego i aktywnego podejścia do realizacji zadań objętych zamówieniem, sprawnego oraz terminowego przygotowania przedmiotu zamówienia zgodnie z ustalonym harmonogramem przestrzegania zasad dobrej i efektywnej współpracy, w szczególności:

- pozostawania w stałym kontakcie z Zamawiającym (e-mail, telefon, telekonferencje),
- przekazywania rezultatów prac w wersji pisemnej – elektronicznej za pośrednictwem poczty e-mail,
- informowania o stanie prac, ewentualnie pojawiających się problemach i innych zagadnieniach istotnych dla kampanii,
- przedstawiania Zamawiającemu szczegółowego harmonogramu prac,
- przedstawiania na wniosek Zamawiającego wyczerpującej pisemnej informacji (e-mail) o stanie realizacji prac w terminie 2 dni od dnia wystąpienia Zamawiającego o taką informację,

- b) Materiały przygotowane w ramach kampanii powinny być napisane prostym, zrozumiałym, przystępnym i jasnym językiem. Treści w poszczególnych formach reklamowych (m.in. w filmach, w grafikach, postach itp.) powinny w łatwy i szybki sposób przedstawiać cel kampanii i tematykę.
- c) Wykonawca w ramach realizacji umowy zobowiązany jest do stosowania standardów umożliwiających dostęp do treści osób z niepełnosprawnościami.
- d) W przekazie w mediach społecznościowych konieczny jest brak dystansu w relacji do odbiorcy i fana profilu. Język komunikacji powinien być zrozumiały, nieoficjalny, nieurzędowy. W wypowiedziach powinna być używana forma pierwszej osoby liczby mnogiej, zdania powinny być krótkie, stylistycznie i ortograficznie poprawne, z umiarkowaną ilością emocjonalnie nacechowanych przymiotników
- e) Wskazana jest lekka forma, przyjazna przeciętnemu odbiorcy z uwzględnieniem memów i innych elementów humorystycznych
- f) Wpisy w mediach społecznościowych muszą pobudzać interaktywność fanów w postaci komentarzy, polubienia lub udostępnienia wpisu.

2.9 Prawa autorskie

W ramach wynagrodzenia umownego Wykonawca przeniesie na Zamawiającego majątkowe prawa autorskie do wszystkich utworów powstałych w związku z realizacją przedmiotu zamówienia. Szczegółowe zasady postępowania z prawami autorskimi określone zostały we Wzorze Umowy stanowiącym Załącznik nr 10 do Specyfikacji Warunków Zamówienia.