

Szczegółowy opis nośników

1. Internet:

- a) Na stronie głównej przewoźnika zamieszczone następujące elementy:
 - i. Banner promocyjny na stronie internetowej przewoźnika, stały bardzo widoczny element na „premiowym” miejscu serwisu, na stronie głównej przewoźnika lub podstronie, nie mniejszy niż 300 na 150 px o wadze nie przekraczającej 50 KB;
 - ii. Link do stron promujących Zleceniodawcę umieszczony na stronie głównej przewoźnika w sekcji poświęconej atrakcjom turystycznym destynacji;
 - iii. Zleceniodawca przewiduje modyfikację parametrów w przypadku modernizacji strony internetowej przewoźnika.

2. Reklama umieszczona na kadłubie samolotu

- a) zamieszczenie na kadłubie dwóch samolotów przewoźnika lub przewoźników zapewniających łącznie nie mniej niż 4 destynacje tygodniowo w pierwszym roku obowiązywania umowy i 5 destynacji tygodniowo z i do Bydgoszczy w drugim roku obowiązywania umowy, napisu lub innej formy graficznej promującej Zleceniodawcę;
- b) minimalny rozmiar powierzchni przeznaczony na reklamę na kadłubie powinien wynosić 850 cm na 400 cm.

3. Mailing

- a) Zleceniobiorca roześle do swoich klientów subskrybujących wiadomości o promocjach przesyłane pocztą mailową wiadomości zawierające materiały promocyjne dostarczone przez Zleceniodawcę;
- b) minimalna oczekiwana lista subskrybentów jednej akcji mailingowej – 250 tys. osób.

4. Media społecznościowe:

- a) zamieszczenie postów promujących Zleceniodawcę na oficjalnym profilu Przewoźnika;
- b) każdy post powinien zawierać odnośnik/ oznaczenie Zleceniodawcy.

5. Media zagraniczne:

- a) materiałów promocyjnych w zagranicznych lokalnych/ regionalnych mediach na obszarach stanowiących destynacje Przewoźnika z i do Bydgoszczy;
- b) jedna akcja promocyjna powinna obejmować co najmniej jedno ogłoszenie w mediach drukowanych (jedna strona w pełnym kolorze obejmująca tekst promocyjny wraz z fotografiami/ logotypami/ identyfikacją wizualną Zleceniodawcy) i jedno ogłoszenie w mediach elektronicznych. Przez media

drukowane rozumie się gazety codzienne, tygodniki, miesięczniki i inne płatne wydania drukowane i dystrybuowane regularnie na obszarach stanowiących destynacje Przewoźnika, których tematyką są m.in. lokalne wiadomości, turystyka, rekreacja, przedsiębiorczość. Przez media elektroniczne rozumie się strony lub portale internetowe o charakterze lokalnym lub regionalnym skierowane do mieszkańców obszarów stanowiących destynacje Przewoźnika, których tematyką są m.in. lokalne wiadomości, turystyka, rekreacja, przedsiębiorczość. Media elektroniczne nie mogą być internetową wersją oferowanych mediów drukowanych.