**Załącznik nr 1a do SWZ**

**Formularz cenowy zadania pn. „Promocja terenów inwestycyjnych w mieście Łomża”**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr zadania** | **Nazwa zadania**  | **Cena netto (zł)** |
| **1** | **2** | **3** |
| 1. | Przygotowanie ogólnej koncepcji kampanii |  |
| 2. | Zaprojektowanie kampanii wykorzystującej jej poszczególne elementy wraz z uzasadnieniem oraz terminami realizacji. |  |
| 3. | Opracowanie kompletnego mediaplanu wraz z uzasadnieniem wyboru poszczególnych mediów oraz zakup mediów |  |
| 4 | Produkcja materiałów reklamowych oraz wykonanie wszystkich usług według specyfikacji dla poszczególnych elementów kampanii |  |
| 4.1 | A. Zaprojektowanie i przygotowanie linii kreacyjnej;  |  |
| 4.2 | B. Opracowanie i druk folderów i ulotek; |  |
| 4.3 | C. Wykonanie wizualizacji zagospodarowania terenów inwestycyjnych; |  |
| 4.4 | D. Przygotowanie i realizacja spotu gospodarczego; |  |
| 4.5 | E. Wykonanie strony docelowej kampanii /landing page; |  |
| 4.6 | F. Zaprojektowanie i przeprowadzenie reklamy w prasie i online; w tym: |  |
| 4.6.1 | artykuł/wywiad w dzienniku ogólnopolskim nr 1 – 2 emisje |  |
| 4.6.2 | artykuł/wywiad w dzienniku ogólnopolskim nr 2 – 2 emisje |  |
| 4.6.3 | artykuł/wywiad w dzienniku specjalistycznym – 2 emisje |  |
| 4.6.4 | artykuł/wywiad w czasopiśmie gospodarczym – 2 emisje |  |
| 4.6.5 | artykuł /wywiad w portalu internetowym o tematyce ekonomicznej i biznesowej nr 1 – 2 emisje |  |
| 4.6.6 | artykuł /wywiad w portalu internetowym o tematyce ekonomicznej i biznesowej nr 2- 2 emisje |  |
| 4.6.7 | artykuł /wywiad w portalu internetowym specjalistycznym - 2 emisje |  |
| 4.6.8 | billboard (baner) na portalu internetowym o tematyce ekonomicznej i biznesowej nr 1 - 2 emisje |  |
| 4.7 | G. Przygotowanie koncepcji i przeprowadzenie kampanii promocyjnej w Google Ads; |  |
| 4.8 | H. Przygotowanie bazy min. 200 firm mogących być potencjalnymi nabywcami promowanych terenów inwestycyjnych. |  |
| 5. | Obsługa w zakresie przeformatowywania i edycji layoutów przygotowanych w ramach kampanii pod kątem bieżących potrzeb Zamawiającego. |  |
| 6. | Opracowanie strategii, realizacja badań skuteczności oraz optymalizacja kampanii. |  |
| 7. | Przekazanie Zamawiającemu ostatecznych wersji publikacji na nośniku CD/DVD w formacie PDF i/lub GIF/JPG/PNG i/lub MP4 oraz w formacie edytowalnym z rozszerzeniem doc/docx plików tekstowych oraz otwartych plików graficznych z linkami oraz w wersji oraz dostawa do siedziby Zamawiającego wszystkich materiałów reklamowych wymaganych w wersji innej niż tylko elektronicznej. |  |
| 8. | Przedstawienie szczegółowego raportu końcowego. |  |
| 9. | Przeniesienie na Miasto Łomża autorskich praw majątkowych oraz praw pokrewnych. |  |
| **SUMA pozycji (cena oferty netto)** | **zł** |
| **Kwota podatku VAT** | **zł** |
| **Cena oferty brutto (cena oferty netto + kwota podatku VAT)** | **zł** |