

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

prorowadzenie kampanii reklamowych w sieciach społecznościowych, w systemie Google Ads z wykorzystaniem usługi Display & Video 360 dla spółki Termy Maltańskie Sp. z o.o. (sygn. postępowania: ZP.P.6.2024)

Przedmiotem zamówienia jest prowadzenie kampanii reklamowych dla Zamawiającego w systemach Google Ads z wykorzystaniem usługi Display & Video 360, w sieciach społecznościowych takich jak Meta Ads oraz TikTok Ads. W skład działań wchodzi: przygotowanie i doradztwo podczas tworzenia treści reklam, przygotowanie struktur kampanii, nadzór nad kampaniami, monitoring efektów oraz optymalizacja prowadzonych działań m. in. przy użyciu Google Analytics, aktywną alokację budżetów pomiędzy poszczególnymi narzędziami w celu osiągnięcia najlepszych możliwych rezultatów oraz raporty z prowadzonych działań. Czas trwania Zamówienia: 12 miesięcy. Szacowany budżet przeznaczony przez Zamawiającego na prowadzenie kampanii reklamowych w systemach Google Ads, DV 360, Meta Ads oraz TikTok Ads dla Term Maltańskich Sp. z o.o.: 288.000,00 zł netto (plus należny *podatek VAT* w wysokości 23%). Powyższa kwota zawiera również prowizję Wykonawcy.

W ramach przedmiotu zamówienia:

1. Wykonawca będzie tworzył na zlecenie Zamawiającego, kampanie reklamowe w środowisku **Google Ads oraz DV360**. Działania będą obejmować:

- a. obsługę wszystkich typów reklamy Google Ads: reklamę w sieci wyszukiwania, reklamę Google Display Network, reklamę wideo na YouTube,
- b. zdefiniowanie celów kampanii, ustawienie konwersji oraz mikrokonwersji działań,
- c. ułożenie struktur kampanii, stworzenie grup reklam, ustawienie konkretnych reklam zgodnie z wytycznymi Zleceniodawcy oraz wskazanym budżetem,
- d. bieżąca optymalizacja konta reklamowego oraz trwających kampanii reklamowych, zarządzanie kampanią oraz wprowadzanie niezbędnych modyfikacji i kontrola wydawanego budżetu.

2. Wykonawca będzie tworzył na zlecenie Zamawiającego, kampanie reklamowe w środowisku **Meta Ads**. Działania będą obejmować:

- a. obsługę wszystkich typów kampanii Meta Ads: Facebook Ads, Instagram Ads, Messenger.

- b. zdefiniowanie celów kampanii, ustawienie konwersji oraz mikrokonwersji działań,
- c. ułożenie struktur kont reklamowych oraz kampanii zgodnie z wytycznymi Zleceniodawcy oraz wskazanym budżetem,
- d. bieżącą optymalizację konta reklamowego oraz trwających kampanii reklamowych, zarządzanie kampanią, wprowadzanie niezbędnych modyfikacji i kontrola wydawanego budżetu.

3. Wykonawca będzie tworzył na zlecenie Zamawiającego, kampanie reklamowe w środowisku **TikTok Ads**. Działania będą obejmować:

- a. konfigurację konta reklamowego, wybór odpowiedniego formatu kampanii, określenie grup docelowych zgodnie z wytycznymi Zleceniodawcy oraz wskazanym budżetem,
- b. dobranie hashtagów do każdego z filmików,
- c. instalacja analityki TikTok Pixel (z pomocą działu IT Zleceniodawcy),
- d. bieżącą optymalizację konta reklamowego oraz trwających kampanii reklamowych, zarządzanie kampanią oraz wprowadzanie niezbędnych modyfikacji i kontrola wydawanego budżetu.

4. W razie wystąpienia potrzeby, przed rozpoczęciem działań na rzecz spółki Termy Maltańskie Sp. z o.o., po konsultacji z Zamawiającym opracowana i wdrożona zostanie nowa struktura kont, kampanii, grup reklam oraz reklam w obszarze platform reklamowych.

5. Przed każdorazowym uruchomieniem kampanii promocyjnej na stronie internetowej wdrożony zostanie skrypt niezbędny do badania realizacji konwersji i mikrokonwersji.

6. Wykonawca będzie sprawował opiekę nad kontem Google Analytics przynależnym do stron internetowych prowadzonych przez Zleceniodawcę. W ramach konta GA będzie wykonywał następujące działania:

- a. przed rozpoczęciem działań audyt konta i wykonanie wszystkich czynności niezbędnych do prawidłowego zliczenia wydarzeń na stronach internetowych (oskryptowanie) oraz wyników kampanii.
- b. Ustawienie konwersji, mikrokonwersji i celów do realizacji
- c. Opieka nad prawidłowością połączeń z systemami sprzedażowymi.

- d. Ustawienie w systemie dashboardu zgodnie z wytycznymi Zleceniodawcy oraz udzielanie informacji/szkoleń o sposobach poruszania się w systemie i odpowiedniego czytania danych.
 - e. Wykorzystanie danych z systemu Google Analytics do optymalizacji kampanii oraz przygotowania raportów i wniosków z zakończonych kampanii.
 - f. Inne wskazane przez Wykonawcę lub wspólnie wybrane przez Strony czynności w zależności od typu prowadzonej kampanii
7. Wykonawca będzie raportował wyniki kampanii w dwóch formach:
- a. przez stały elektroniczny wewnętrzny system umożliwiający ciągły podgląd wyników kampanii z podziałem na określone przedziały czasu w postaci wykresów i podstawowych danych oraz analizę następujących czynników mających wpływ na skuteczność kampanii. Może być to gotowy dostępny system taki jak Looker Studio. Pośród raportowanych danych powinny pojawić się następujące:
 - i. aktualny koszt kampanii
 - ii. liczba kliknięć
 - iii. liczba wyświetleń
 - iv. CTR – stosunek przejść na stronę wobec wyświetleń
 - v. zaangażowanie w materiały
 - vi. Konwersje – całkowita liczba realizacji celów kampanii,
 - vii. Średni koszt za Konwersję – średni koszt za realizację celu kampanii,
 - viii. oraz innych wskazanych przez Wykonawcę lub wspólnie wybranych przez Strony w zależności od typu prowadzonej kampanii
 - b. raporty podsumowujące całe, zakończone już kampanie będą przekazywane wyłącznie na życzenie Zleceniodawcy i przekazane w formie elektronicznej zawierając:
 - i. podsumowanie kampanii i wypunktowanie wpływających z nich wniosków,
 - ii. rozmowę i konsultację (bezpośrednio lub w postaci wideo-konferencji) z Zamawiającym wraz z dyskusją na temat dalszych działań.

8. Wykonawca będzie wspierać Zamawiającego i doradzać w alternatywnych obszarach płatnej reklamy – PPC, np. X Ads, LinkedIn Ads, Pinterest Ads etc.
9. Wykonawca za pomocą kontrolowanych działań będzie kierował potencjalnych klientów na witryny internetowe oraz profile w kontaktach społecznościowych, które będą każdorazowo podlegały ustaleniom e-mailowym.
10. Wykonawca dołoży wszelkich starań aby podnosić efektywność świadczonych usług, w celu osiągnięcia maksymalnie efektywnej relacji kosztowej pozyskiwania jak największej liczby potencjalnych klientów lub realizacji innych założeń uzgodnionych uprzednio z Zamawiającym.
11. Wykonawca umożliwi Zleceniodawcy dostęp do systemów menadżera reklam platform emitujących reklamę Wykonawcy (Menadżer reklam Meta Ads, TikTok Ads etc.)
12. Zleceniodawca będzie wymagać od Wykonawcy awaryjnego dostępu do osoby obsługującej systemy reklamowe poza godzinami pracy Agencji oraz w weekendy. Kontakt będzie uruchamiany wyłącznie w sytuacjach nagłych (np. gdy z powodu awarii wyłączona zostanie część obiektu, w związku czym konieczne będzie wyłączenie działających kampanii etc.)
13. Wykonawca będzie przedstawiał Zleceniobiorcy swoje rekomendacje dotyczące modyfikacji trwających kampanii oraz proponował nowe kampanie i rozwiązania reklamowe oraz graficzne możliwe do wprowadzenia w prowadzonych formatach reklamowych.