

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Przygotowanie i realizacja międzynarodowej kampanii promocyjnej pn. „Promocja gospodarcza województwa kujawsko-pomorskiego w kraju i za granicą” za pośrednictwem zróżnicowanych form komunikacji marketingowej o potencjale międzynarodowym.

Szczegółowy opis form komunikacji marketingowej:

I. Promocja województwa w liniach lotniczych.

Promocja powinna zostać przeprowadzona z wykorzystaniem nośników/kanałów promocji przewoźnika lotniczego, który obsługuje bezpośrednie połączenie lotnicze z i do Portu Lotniczego Bydgoszcz oraz z i do innych portów lotniczych na terenie Polski (ze szczególnym uwzględnieniem Warszawy) oraz za granicą przynajmniej do takich krajów jak Czechy, Niemcy, Francja, Szwecja i Wielka Brytania oraz USA.

Ponadto dysponuje co najmniej jednym wydzielonym miejscem obsługi dla pasażerów wyższych klas rezerwacyjnych (np. biznes, premium economy) w wybranym porcie lotniczym w ramach własnej siatki połączeń (np. wydzielona strefa odpraw, wydzielona poczekalnia hali odlotów), odprawiających co najmniej 1.000.000 pasażerów rocznie.

WYMAGANIA TECHNICZNE

Kampanię promocyjną należy przeprowadzić z użyciem przynajmniej następujących kanałów/nośników promocji przewoźnika lotniczego.:

1. Promocja w kanałach on-line

1.1 Główna strona internetowa Przewoźnika (tzw. home page) - reklama województwa na głównej stronie internetowej Przewoźnika (home page) w formie box-u składającego się z nagłówka i grafiki, przekierowującego na stronę wskazaną przez Zamawiającego. Emisja przez okres co najmniej 2 miesiące w okresie trwania umowy. Przy założeniu, że dana strona będzie mieć co najmniej 300 000 odsłon w skali miesiąca.

1.2 Wpis na blogu prowadzonym przez Przewoźnika – reklama województwa w formie wpisu/artykułu promującego walory województwa kujawsko-pomorskiego. Wpis/tekst w dwóch wersjach językowych polskim i angielskim do wyboru na przemienne składający się z tytułu, tekstu min. 1000 znaków oraz min. 3 zdjęć. z przekierowaniem na stronę wskazaną przez Zamawiającego. Minimum 4 wpisy w okresie trwania umowy.

1.3 Baner wyświetlany w procesie rezerwacji biletu przewoźnika lotniczego on-line za pośrednictwem strony internetowej Przewoźnika (tzw. preloader) – reklama województwa w formie baniera wyświetlanego w procesie rezerwacji biletu na istniejącej stronie internetowej rezerwacyjnej Przewoźnika. Banner widoczny podczas rezerwacji biletów lotniczych na wybranych min. 3 kierunkach, na których lata Przewoźnik z/do Bydgoszczy (przy uwzględnieniu również połączeń z przesiadką). Promocja przez okres min. 3 miesiące w okresie trwania umowy.

1.4 Dystrybucja reklamy województwa za pośrednictwem korespondencji elektronicznej w postaci newslettera lub innej formy mailingu zaproponowanej przez przewoźnika lotniczego, w ilości minimum 2 dystrybucji/wysyłek w okresie trwania umowy. Przy założeniu, że baza odbiorców danej komunikacji będzie wynosić co najmniej 50 tys. Reklama województwa w formie box-u graficznego składającego się ze zdjęcia oraz tekstu, przekierowującego do na stronę wskazaną przez Zamawiającego.

2. Promocja wewnątrz samolotu

2.1 emisja min. 15 sekundowego spotu promującego potencjał gospodarczy województwa kujawsko-pomorskiego (format non-skippable) przed filmami dostępnymi w systemie rozrywki pokładowej dla rejsów krótko/średnio dystansowych. Emisja w ilości min. 3 jednomiesięcznych bloków emisji w okresie trwania umowy, podczas rejsów do min. 1 kraju europejskiego z listy krajów do których przewoźnik realizuje połączenia tj. Czechy, Niemcy, Francja, Szwecja i Wielka Brytania.

2.2 emisja min. 15 sekundowego spotu promującego potencjał gospodarczy województwa kujawsko-pomorskiego (format non-skippable) przed filmami dostępnymi w systemie rozrywki pokładowej dla rejsów długodystansowych. Emisja w ilości min. 1 dwumiesięcznego bloku emisji w okresie trwania umowy podczas lotów do min. 3 krajów w tym USA.

2.3 dystrybucja materiałów promujących – reklama województwa kujawsko-pomorskiego poprzez ekspozycję przekazu promocyjnego Zamawiającego na min. 4 różnych gadżetach będących w dyspozycji Przewoźnika, które są dostępne w samolotach w różnych klasach np. ekonomicznej, biznes. Ekspozycja odbywać się będzie na min. 4 różnych gadżetach np. kubki, serwetki, tacki tzw. Traymaty, chusteczki antybakteryjne itp., a ich dystrybucja przez okres min. 3 miesięcy w okresie trwania umowy.

3. Promocja województwa poprzez ekspozycję przekazu promocyjnego na dostępnych powierzchniach reklamowych będących w dyspozycji przewoźnika lotniczego.

3.1 Emisja min. 15 sekundowego spotu promującego potencjał gospodarczy województwa kujawsko-pomorskiego w m.in. dedykowanym miejscu obsługi dla pasażerów wyższych klas rezerwacyjnych tj. np. w strefie business lounge na terenie lotniska w kraju lub zagranicą obsługującego min. 1 mln pasażerów rocznie. Emisja na min. 8 ekranach, min. napisy w j. angielskim przez okres co najmniej 3 miesięcy w okresie trwania umowy.

II. Promocja województwa kujawsko-pomorskiego w prasie zagranicznej obejmująca:

1. Promocję województwa kujawsko-pomorskiego w zagranicznych tytułach prasowych w wydaniu drukowanym oraz w serwisie internetowym tytułu prasowego. Reklama województwa poprzez publikację artykułu prasowego promującego gospodarkę regionu. Na artykule składa jedna strona w pełnym kolorze obejmująca tekst promocyjny wraz z fotografiami/ logotypami/ identyfikacją wizualną Zleceniodawcy w zagranicznych mediach drukowanych. Przez media drukowane rozumie się gazety codzienne, tygodniki, miesięczniki i inne płatne wydania drukowane i dystrybuowane regularnie na wybranym obszarze stanowiącym priorytetowe kierunki dla województwa kujawsko-pomorskiego min. 1 kierunek tj. Wlk. Brytania, których tematyką są m.in. lokalne wiadomości, turystyka, rekreacja, przedsiębiorczość, gospodarka. Publikacja min. 6 artykułów w okresie trwania umowy w prasie drukowanej oraz w ich elektronicznych wersjach tj. stronach internetowych, portalach.

III. Promocja województwa kujawsko-pomorskiego podczas min. 3 wydarzeń o charakterze gospodarczym i/lub kulturalnym odbywających się na terenie województwa kujawsko-pomorskiego.

1. Organizacja min. 2 wydarzeń o charakterze gospodarczym organizowanym w województwie kujawsko-pomorskim. Wydarzenie powinno mieć charakter cykliczny – wydarzenie mające co najmniej 1 wcześniejszą edycję. Wydarzenie o charakterze gospodarczym powinno być adresowane do środowiska MŚP, a jego tematyka poświęcona powinna być współpracy gospodarczej, w tym o charakterze międzynarodowym. Podczas wydarzenia powinny odbyć się min. 3 panele poświęcone tematyce związanej z najnowszymi technologiami i trendami. Wykonawca powinien zapewnić udział co najmniej 2 panelistów/prelegentów zagranicznych lub z co najmniej międzynarodowym doświadczeniem. Wydarzenie powinno zgromadzić min. 50 uczestników. Podczas wydarzenia Wykonawca przeprowadzi następujące działania promocyjne:

- nadanie tytułu partnera strategicznego dla Samorządu Województwa Kujawsko-pomorskiego.
- umożliwienie udziału przedstawiciela Zamawiającego podczas inauguracji wydarzenia;
- przygotowanie i emisja spotu zapraszającego na organizowane wydarzenie do województwa kujawsko-pomorskiego.
- umieszczenie zestawienia oznaczeń województwa (w rozumieniu oficjalnego zestawienia herbu i logotypu) oraz oznaczeń UE w materiałach promocyjnych, np. plakatach, ulotkach, folderach, serwisie internetowym wydarzenia, newsletterze, mediach społecznościowych, informacjach prasowych dotyczących wydarzenia, na nośnikach ekspozycyjnych będących w dyspozycji Wykonawcy.
- umożliwienie kolportowania materiałów promocyjnych na temat promocji gospodarczej Województwa w czasie wydarzenia oraz włączanie takich materiałów do pakietów uczestników;
- umożliwienie umieszczania w uzgodnionych miejscach roll-upów, ścianek oraz innych materiałów udostępnionych przez Zamawiającego podczas wydarzenia.
- każdorazowe przesłanie wszystkich materiałów promocyjnych celem akceptacji przez przedstawicieli Urzędu Marszałkowskiego.

2. Promocja regionu na terenie portu lotniczego w Bydgoszcy oraz promocja połączeń lotniczych podczas 2 wydarzeń o charakterze międzynarodowym odbywających się na terenie województwa kujawsko-pomorskiego.

Wydarzenie powinno mieć charakter cykliczny tj. co najmniej 2 wcześniejsze edycje oraz podczas jednej z 2 ostatnich edycji podczas jednego z wydarzeń powinna odbyć się międzynarodowa giełda kooperacyjna, w której wzięło udział min. 20 podmiotów.

Promocja województwa na terenie portu lotniczego w Bydgoszcy oraz promocja połączeń lotniczych podczas 2 wydarzeń powinna obejmować minimum takie działania jak:

- umożliwienie umieszczania w uzgodnionych miejscach roll-upów, ścianek oraz innych materiałów udostępnionych przez Zamawiającego na terenie portu lotniczego w Bydgoszcy oraz w miejscu wydarzeń;
- umieszczenie zestawienia oznaczeń województwa (w rozumieniu oficjalnego zestawienia herbu i logotypu) oraz oznaczeń UE w materiałach promocyjnych, np. na plakatach, w folderach, ulotkach, w serwisie internetowym wydarzenia,

newsletterze, mediach społecznościowych, informacjach prasowych dotyczących wydarzenia, na nośnikach ekspozycyjnych będących w dyspozycji Wykonawcy (z wyłączeniem wydarzeń plenerowych) oraz przesłania projektów materiałów promocyjnych celem akceptacji przez przedstawicieli Urzędu Marszałkowskiego;

- umożliwienie opublikowania w folderze promocyjnym/informacyjnym wydarzenia materiału dotyczącego promocji połączeń lotniczych z Bydgoszczą.

IV. Dodatkowa forma promocji.

Zleceniobiorca proponuje min. jedno działanie dodatkowe w formie zaprojektowania i wykonania kampanii billboardowej. Przez kampanię billboardową rozumie się reklamę województwa w formie graficznej z min. key visual województwa o powierzchni nie mniejszej niż 18 m², zlokalizowanej na terenie województwa kujawsko-pomorskiego, zapewniającej masowy zasięg oddziaływania kampanii promocyjnej. Ekspozycja przez okres trwania umowy.

POZOSTAŁE INFORMACJE

Dla celów sprawozdawczych z realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do przedkładania Zamawiającemu sprawozdań merytorycznych za okresy rozliczeniowe wskazane w harmonogramie rzeczowo-finansowym stanowiącym załącznik do oferty. Sprawozdanie merytoryczne powinno zawierać opis zrealizowanych zadań w ramach przedmiotu zamówienia oraz dowody potwierdzające realizację wszystkich przedsięwzięć w postaci m.in. dokumentacji fotograficznej, screen-ów, grafik, nazw tytułów prasowych i tytułów stron mediów elektronicznych wraz z datami publikacji.

Wraz z ofertą Wykonawca zobowiązany będzie złożyć harmonogram rzeczowo-finansowy ze wskazaniem działań w ramach kampanii promocyjnej z podziałem na okresy rozliczeniowe przy założeniu, że działania o wartości min. 85 % kwoty oferty zostaną wykonane do 15 grudnia 2023 r. Wykonawca będzie związany powyższym harmonogramem w przypadku zawarcia umowy do 30.09.2023 r