***Zamówienie finansowane w ramach Pomocy Technicznej RPO WM  
oraz Pomocy Technicznej PO WER (informacja i promocja).***

Załącznik Nr 2 do specyfikacji warunków zamówienia

ZZP.262.13.2021.MC

**Opis Przedmiotu Zamówienia**

**Przedmiot zamówienia:**

Zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie, mającej na celu:

1. zwiększenie rozpoznawalności stron internetowych poświęconych PO WER oraz RPO WM

2. promocję projektów realizowanych przez beneficjentów WUP w Warszawie tzw. dobre praktyki w ramach RPO WM 2014-2020 i PO WER.

**Działania w ramach kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie będą obejmowały:**

1. Przygotowanie, produkcję i publikację materiału reklamowego na portalach internetowych za pośrednictwem sieci Google

Wykonawca przeprowadzi kampanię informacyjno-promocyjną w Internecie. Wykonawca zamieści reklamę graficzną w Internecie, która będzie miała na celu zwiększenie rozpoznawalności stron internetowych poświęconych programom operacyjnym, a tym samym promocję filmów edukacyjno-promocyjnych oraz audycji radiowych o charakterze reportażu z materiałem wideo. Kampania ma zatem promować efekty działań wdrażanych przez WUP w Warszawie ze środków europejskich w ramach PO WER i RPO WM. Reklama zostanie zamieszczona za pośrednictwem sieci Google.

Zamawiający przekaże Wykonawcy wszystkie informacje w tym zakresie po podpisaniu umowy.

Wykonawca wyprodukuje 4 banery graficzne (2 dla PO WER i 2 dla RPO WM), które będą dostosowane rozmiarowo do miejsca publikacji tj. powinny być zgodne ze specyfikacją reklam publikowanych za pośrednictwem sieci Google.

Wykonawca zaproponuje 3 wzory/kreacje dla każdego z czterech banerów (różne grafiki i tekst, tzn. trzy wzory muszą się od siebie różnić pod względem wyglądu, formy, kolorystyki, wkładu tekstowego itp.). Baner ma wykorzystywać elementy graficzne (obrazki, animacje, zdjęcia, hasła). Po akceptacji jednego ze wzorów przez Zamawiającego, Wykonawca ma obowiązek dostosować go do wszystkich dostępnych formatów reklam graficznych.

Głównym kryterium wyboru portali internetowych, na których będzie wyświetlany baner, winno być geotargetowanie skierowane na grupę odbiorców pochodzących z województwa mazowieckiego. Banery powinny być wyświetlane na portalach i serwisach o tematyce ogólnej oraz portalach biznesowych, specjalistycznych, społecznościowych. Wykluczony jest wybór portali i serwisów (także wchodzących w skład pakietów internetowych), zawierających treści niestosowne w odniesieniu do treści kampanii oraz wizerunku publicznego Zamawiającego.

Baner reklamowy powinien być umieszczony centralnie w górnej części na głównych stronach serwisów (bez przewijania) co najmniej na 50% zaproponowanych portali.

Jeżeli minimalna liczba wyświetleń nie zostanie osiągnięta w wyznaczonym czasie, Wykonawca wydłuży okres publikacji banerów, tak aby min. liczba wyświetleń została osiągnięta. Wydłużenie terminu kampanii nie wpłynie na jej cenę.

Wykonawca po zakończeniu realizacji kampanii opracuje dla Zamawiającego raport, w którym zawarte zostaną takie informacje jak: zrzuty ekranu/screeny przedstawiające baner zamieszczony na portalach internetowych, z których było najwięcej przekierowań, listę portali, na których materiał reklamowy był wyświetlany, ilość kliknięć, odsłon banneru na poszczególnych portalach. Wykonawca przekaże Zamawiającemu, w terminie do 3 dni kalendarzowych po zakończeniu realizacji zadania, raport w wersji elektronicznej.

Banery powinny być wyświetlane z uwzględnieniem targetowania geograficznego oraz targetowania dotyczącego zainteresowań odbiorców.

Obligatoryjne jest podlinkowanie banerów do strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego.

Odbiorcy komunikatu:

Baner dotyczący PO WER: osoby młode do 30 roku życia, bezrobotne, pracujące na umowach cywilno-prawnych, agencje zatrudnienia, firmy i instytucje szkoleniowe z obszaru województwa mazowieckiego.

Baner dotyczący RPO WM: osoby w wieku produkcyjnym, opiekunowie dzieci do lat 3, gminy, fundacje, stowarzyszenia, osoby prowadzące działalność opiekuńczą nad dziećmi do lat 3 z obszaru województwa mazowieckiego.

Czas trwania kampanii: w wyznaczonych przez Zamawiającego terminach każdorazowo 3 tygodnie

Termin realizacji: I etap ( 1 baner w ramach PO WER, 1 baner w ramach RPO WM ) 3 miesiące od daty podpisania umowy, nie później niż do 31.10.2021 r. , II etap (1 baner w ramach PO WER, 1 baner w ramach RPO WM) 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 15 grudnia 2021 r.

Liczba wyświetleń dla każdego baneru: 500 tys.

Liczba spodziewanych przekierowań: 2 000 dla każdego baneru.

1. Przygotowanie, produkcję i publikację materiału reklamowego – baneru na portalach internetowych

Wykonawca wyprodukuje 4 banery graficzne (dwa dla PO WER i dwa dla RPO WM), które będą dostosowane rozmiarowo do miejsca publikacji.

Wykonawca zaproponuje 3 wzory/kreacje dla każdego z czterech banerów (różne grafiki i tekst, tzn. trzy wzory muszą się od siebie różnić pod względem wyglądu, formy, kolorystyki, wkładu tekstowego itp.). Baner ma wykorzystywać elementy graficzne (obrazki, animacje, zdjęcia, hasła). Po akceptacji jednego ze wzorów przez Zamawiającego, Wykonawca ma obowiązek dostosować go do formatów reklam graficznych zamieszczanych na danym portalu.

Wykonawca zaproponuje do akceptacji Zamawiającego 39 portali/ serwisów o tematyce ogólnej oraz portali biznesowych, specjalistycznych, społecznościowych, w których emitowane będą banery. Wykluczony jest wybór portali/ serwisów (także wchodzących w skład pakietów internetowych), zawierających treści niestosowne w odniesieniu do treści kampanii oraz wizerunku publicznego Zamawiającego.

Każdy z zaproponowanych przez Wykonawcę portali internetowych powinien być zarejestrowany w sądzie jako dziennik lub czasopismo. Baner publikowany będzie na 39 lokalnych portalach internetowych (po 1 portalu w każdym powiecie województwa mazowieckiego) tak aby publikacja obejmowała całe województwo. Zakres tematyczny portali powinien obejmować:

* lokalne oraz regionalne informacje z miast/gmin województwa mazowieckiego, bieżące wydarzenia, informacje z zakresu kultury, sportu, rozrywki, polityki, samorządu, biznesu, gospodarki, ekonomii, oświaty, rynku pracy itp.,
* reportaże, artykuły, felietony, relacje itp.,
* fotoreportaże lub/i relacje wideo.

Baner reklamowy powinien być umieszczony centralnie w górnej części na głównych stronach serwisów (bez przewijania) co najmniej na 50% zaproponowanych portali.

Jeżeli minimalna liczba wyświetleń nie zostanie osiągnięta w wyznaczonym czasie, Wykonawca wydłuży okres publikacji banerów, tak aby min. liczba wyświetleń została osiągnięta. Wydłużenie terminu kampanii nie wpłynie na jej cenę.

Wykonawca po zakończeniu realizacji kampanii opracuje dla Zamawiającego raport, w którym zawarte zostaną takie informacje jak: zrzuty ekranu/screeny przedstawiające baner zamieszczony na portalach internetowych, z których było najwięcej przekierowań, listę portali, na których materiał reklamowy był wyświetlany, ilość kliknięć, odsłon banneru na poszczególnych portalach. Dodatkowo w raporcie Wykonawca winien zawrzeć wnioski wyciągnięte, po analizie zestawień dziennych. (to chyba bym wyrzuciła) Wykonawca przekaże Zamawiającemu, w terminie do 3 dni kalendarzowych po zakończeniu realizacji zadania, raport w wersji elektronicznej.

Banery powinny być wyświetlane z uwzględnieniem targetowania geograficznego oraz targetowania dotyczącego zainteresowań odbiorców.

Obligatoryjne jest podlinkowanie banerów do strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego.

Odbiorcy komunikatu:

Baner dotyczący PO WER: osoby młode do 30 roku życia, bezrobotne, pracujące na umowach cywilno-prawnych, agencje zatrudnienia, firmy i instytucje szkoleniowe z obszaru województwa mazowieckiego.

Baner dotyczący RPO WM: osoby w wieku produkcyjnym, opiekunowie dzieci do lat 3, gminy, fundacje, stowarzyszenia, osoby prowadzące działalność opiekuńczą nad dziećmi do lat 3 z obszaru województwa mazowieckiego.

Czas trwania kampanii: w wyznaczonych przez Zamawiającego terminach każdorazowo 3 tygodnie

Termin realizacji: I etap ( 1 baner w ramach PO WER, 1 baner w ramach RPO WM ) 3 miesiące od daty podpisania umowy, nie później niż do 31.10.2021 r. , II etap (1 baner w ramach PO WER, 1 baner w ramach RPO WM) 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 15 grudnia 2021 r.

Liczba spodziewanych przekierowań: 2 000 dla każdego baneru.

1. Kampanię w wyszukiwarce Google – linki sponsorowane

Wykonawca przygotuje reklamę tekstową. Wykonawca zaproponuje 3 wzory dla każdej reklamy tekstowej przekierowującej do strony internetowej rpo-wupwarszawa.praca.gov.pl oraz power-wupwarszawa.praca.gov.pl. Wykonawca we współpracy z Zamawiającymi utworzy listę słów kluczowych, które mogą zostać użyte do wyszukiwania informacji o działaniach WUP w Warszawie.

Czas trwania kampanii: w wyznaczonych przez Zamawiającego terminach każdorazowo 3 tygodnie

Odbiorcy komunikatu: ogół społeczeństwa

Termin realizacji: : I etap - 3 miesiące od daty podpisania umowy, nie później niż do 31.10.2021 r.,

II etap - 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 15 grudnia 2021 r.

Liczba spodziewanych przekierowań: 2000 dla każdej reklamy.

1. Kampanię na Facebook’u – promocja postów i reklama profilu

Wykonawca przygotuje, opublikuje i wypromuje 16 postów wybranych przez Zamawiającego dotyczących RPO WM (9) i PO WER (7). Ogólna liczba (czyli 16) wypromowanych postów pozostaje niezmienna, jednakże Zamawiający zastrzega sobie prawo zmiany liczby postów promowanych w ramach PO WER/lub RPO WM.

Kampania obejmować będzie zamieszczenie 16 postów oraz odpowiadanie na pojawiające się komentarze (w tym reagowanie na negatywne) i moderowanie dyskusji (w uzgodnieniu z Zamawiającym).

Wykonawca przygotuje propozycje postów wraz z grafiką/animacją, dostosowanych do wymogów Facebooka oraz zgodnych z wytycznymi Zamawiającego zawierających m.in. tekst, zdjęcia, grafikę, infografiki, animacje. Treści/obrazy/zdjęcia/infografiki do profilu zapewnia Wykonawca (w tym zakup zdjęć). Posty będą przekierowywać do treści zamieszczanych na stronach internetowych wskazanych przez Zamawiającego.

Wykonawca przygotuje po dwie kreacje/projekty dla każdego posta do wyboru Zamawiającego. W przypadku uwag Zamawiającego Wykonawca dokona zmian w projekcie posta. Wykonawca zaproponuje 2 różne wzory/kreacje dla każdego z postów, tzn. dwa wzory muszą się od siebie różnić pod względem wyglądu, formy, kolorystyki, wkładu tekstowego itp.

Efektem prowadzonych działań ma być osiągnięcie zasięgu (organicznego i opłaconego) na poziomie nie mniejszym niż 10 000 na post oraz interakcji (reakcji, komentarzy, udostępnień) na poziomie nie mniejszym niż 30 na post. Wykonawca utworzy reklamę profilu Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie „Aktywni na Mazowszu” której efektem będzie pozyskanie 100 nowych polubień profilu (wliczane będą tylko osoby które polubiły stronę, a nie osoby obserwujące). Wykluczona jest usługa tzw. kupowania fanów. Zamawiający przyzna Wykonawcy odpowiednie uprawnienia profilu (Reklamodawca) do przeprowadzenia kampanii. Szczegółowa grupa docelowa kampanii określona zostanie na etapie realizacji zamówienia oraz będzie dostosowania do treści promowanych postów (do uzgodnienia z Zamawiającym).

Czas trwania kampanii: trzy tygodnie dla każdego posta

Odbiorcy komunikatów: Dla każdego z postów Zamawiający wskaże grupę odbiorców.

Terminy realizacji: : I etap ( 1 post w ramach PO WER, 3 posty w ramach RPO WM ) 3 miesiące od daty podpisania umowy, nie później niż do 31.10.2021 r. , II etap (6 postów w ramach PO WER, 6 postów w ramach RPO WM) 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 15 grudnia 2021 r.

1. Kampanię na YouTube

**I etap:**

Wykonawca zapewni promocję 4 filmów promocyjno-informacyjnych zamieszczonych w serwisie YouTube na kanale (wyprodukowanych w ramach innych zamówień) – 3 filmy dotyczące projektów realizowanych w ramach RPO WM, 1 film dotyczący projektu realizowanego w ramach PO WER. Promocja ma być realizowana w sposób ciągły, zgodnie z opracowanym i zaakceptowanym harmonogramem kampanii i ma być prowadzona za pomocą odpowiednich narzędzi przedstawionych przez Wykonawcę. Jeśli będą to narzędzia płatne, Wykonawca pokrywa koszty prowadzenia wszystkich działań promocyjnych. Efektem prowadzonych działań ma być zwiększenie liczby obejrzeń filmów (łącznie) w ramach realizacji kampanii z RPO WM o nie mniej niż **4 000**, dla kampanii w ramach PO WER zwiększenie liczby obejrzeńo nie mniej niż **1 000**. W wyniku kampanii zwiększy się liczba subskrypcji kanału na YouTube o 100 w ramach I i II etapu kampanii. Po zakończeniu miesiąca kampanii Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport zawierający informację o osiągniętej liczbie obejrzeń dla każdego z promowanych filmów osobno oraz dla wszystkich filmów łącznie.

Geotargetowanie na województwo mazowieckie

Odbiorcy:

3 filmy z RPO WM: opiekunowie dzieci do lat 3, osoby w wieku produkcyjnym z obszaru województwa mazowieckiego.

1 film z PO WER: ogół społeczeństwa, osoby od 18 do 30 roku życia, pracujące, bezrobotne z obszaru województwa mazowieckiego.

Forma reklamy:

– reklama TrueView Discovery (In Display).

– reklama TrueView In Stream: film reklamowy.

Wykonawca wypromuje filmy Zamawiającego zamieszczone na YouTube. Kanał Aktywni na Mazowszu – WUP w Warszawie: <https://www.youtube.com/channel/UCpIUzlTI5xHwEVwykd_eykA>.

**Zamawiający dostarczy gotowe materiały 30 sekundowe.**

Remarketing.

**II etap:**

Promocja 12 audycji o charakterze reportażu z materiałem wideo o projektach realizowanych przez beneficjentów WUP w Warszawie. Materiały wideo z audycji o charakterze reportażu zamieszczone będą w serwisie YouTube na kanale Aktywni na Mazowszu (wyprodukowane w ramach innych zamówień). Promocja ma być realizowana w sposób ciągły, zgodnie z opracowanym i zaakceptowanym harmonogramem kampanii i ma być prowadzona za pomocą odpowiednich narzędzi przedstawionych przez Wykonawcę. Jeśli będą to narzędzia płatne, Wykonawca pokrywa koszty prowadzenia wszystkich działań promocyjnych. Efektem prowadzonych działań ma być zwiększenie liczby obejrzeń materiałów wideo (łącznie) w ramach realizacji kampanii z RPO WM o nie mniej niż **6 000**, dla kampanii w ramach PO WER zwiększenie liczby obejrzeń o nie mniej niż **6 000**. W wyniku kampanii zwiększy się liczba subskrypcji kanału na YouTube o 100 w ramach I i II etapu kampanii.

Po zakończeniu miesiąca kampanii Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport zawierający informację o osiągniętej liczbie obejrzeń dla każdego z promowanych filmów osobno oraz dla wszystkich filmów łącznie.

Geotargetowanie na województwo mazowieckie

Odbiorcy:

6 audycji o charakterze reportażu z materiałem wideo w ramach RPO WM: opiekunowie dzieci do lat 3, osoby w wieku produkcyjnym, ogół społeczeństwa.

6 audycji o charakterze reportażu z materiałem wideo w ramach PO WER: ogół społeczeństwa, osoby od 18 do 30 roku życia, pracujące, bezrobotne.

Forma reklamy:

– reklama TrueView Discovery (In Display).

– reklama TrueView In Stream: film reklamowy.

Wykonawca wypromuje audycje o charakterze reportażu z materiałem wideo Zamawiającego zamieszczone na YouTube. Kanał Aktywni na Mazowszu – WUP w Warszawie: <https://www.youtube.com/channel/UCpIUzlTI5xHwEVwykd_eykA>.

**Wykonawca zmontuje materiał wideo do wersji 30 sekundowej.**

Remarketing.

**Czas trwania kampanii:** we wskazanych przez Zamawiającego terminach każdorazowo - jeden miesiąc

**Terminy realizacji:** **I etap** ( promocja 1 filmu w ramach PO WER, promocja 3 filmów w ramach RPO WM ) 3 miesiące od daty podpisania umowy, nie później niż do 31.10.2021 r. , **II etap** (promocja 6 materiałów wideo w ramach PO WER, promocja 6 materiałów wideo w ramach RPO WM) 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 15 grudnia 2021 r.

**Zadania Wykonawcy na etapie realizacji umowy:**

1)Wykonawca przekaże Zamawiającemu harmonogram realizacji do każdej części kampanii.

2)Wykonawca odpowiada za stworzenie oprawy graficznej kampanii, w tym wizualizacji reklam, oprawy graficznej elementów wykorzystywanych w kampanii. Wszystkie elementy muszą być spójne graficznie. Wykonawca odpowiada za atrakcyjność i przyciągający charakter, interesujący dla głównej grupy docelowej.

3)Wyprodukowane materiały muszą uwzględniać odpowiednie wymagania z zakresu informacji i promocji dot. projektów współfinansowanych z funduszy europejskich. Obowiązkowo muszą zawierać informację o źródłach finansowania ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020 oraz logotyp Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020 oraz o źródłach finansowania ze środków Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój oraz logotyp Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.

4)Wszystkie materiały projektowane, produkowane i publikowane w ramach kampanii powinny być przygotowane zgodnie z „Wytycznymi w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020”: http://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/ofunduszach/dokumenty/wytyczne-w-zakresie-realizacji-zasady-rownosci-szans-i-niedyskryminacji-oraz-zasady-rownosci-szans/

5)Wykonawca jest zobowiązany do zapoznania się i stosowania „Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020”. W przypadku wejścia w życie innych wytycznych dotyczących standardów dostępności w trakcie trwania umowy, także do zapoznania się i stosowania nowych zasad.

6)Minimalne wymagania dotyczące poszczególnych materiałów: Materiały graficzne – wymagane jest zamieszczanie tekstów alternatywnych przy wszystkich publikowanych zdjęciach i grafikach. Możliwe jest wykorzystanie technologii automatycznego tworzenia tekstu alternatywnego dostępnych w wybranych systemach lub ręcznego tworzenia opisów do zdjęć lub grafik. W projektach zalecane jest zastosowanie bezszeryfowych czcionek, odpowiedniego kontrastu oraz wielkości napisów.

7)Wykonawca przedstawi Zamawiającemu plan wykorzystania mediów w kampanii reklamowej z podaniem terminów.

8)Logo będą dostarczone przez Zamawiającego, zakup zdjęć, infografik leży po stronie Wykonawcy.

9)Wykonawca zobowiązuje się do zwiększenia liczby polubień profilu „Aktywni na Mazowszu” o 100.

10)Wykonawca będzie zobowiązany do samodzielnego występowania we własnym imieniu w stosunku do osób angażowanych w procesie publikacji reklam, wykonujących prace i usługi w związku z publikacją reklam i zaspokoić wszelkie ich należności i roszczenia z tego tytułu.

11)Wykonawca zobowiązuje się, że wykonując umowę nie naruszy praw majątkowych osób trzecich i przekaże Zamawiającemu utwory w stanie wolnym od obciążeń prawami osób trzecich,   
a w przypadku ich naruszenia ponosił będzie wyłączną odpowiedzialność względem tych osób.

12)Wykonawca jest odpowiedzialny względem Zamawiającego za wszelkie wady prawne utworów, a w szczególności za ewentualne roszczenia osób trzecich wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej. W przypadku skierowania z tego tytułu roszczeń przeciwko Zamawiającemu, Wykonawca zobowiązuje się do całkowitego zaspokojenia roszczeń osób trzecich oraz do zwolnienia Zamawiającego z obowiązku świadczenia z tego tytułu, a także zwrotu Zamawiającemu poniesionych z tego tytułu kosztów i utraconych korzyści.

13)Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawiania Zamawiającemu tygodniowych raportów z realizowanej kampanii, zawierających liczbę przekierowań na strony WUP w Warszawie w ramach każdego rodzaju reklamy.

14)Zapewnienie przez wykonawcę przestrzegania bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony zdrowia na etapie realizacji zamówienia.

15)Wykonawca umieści na materiałach wymagane logotypy:

-znak Unii Europejskiej z Europejskim Funduszem Społecznym,

-znak Funduszy Europejskich,

- znak barw Rzeczpospolitej Polskiej

-logotyp WUP z podpisem Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie,

-logotyp Marki Mazowsze.

Logotypy Unii Europejskiej oraz Funduszy Europejskich zostaną zamieszczone zgodnie z Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020.

16) Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawiania Zamawiającemu tygodniowych i całościowych raportów z realizowanej kampanii, zwierających liczbę przekierowań na strony WUP w Warszawie w ramach reklamy Google Adwords, Display i YouTube.

17) Wykonawca będzie zobowiązany do podpisania protokołu odbioru jako poświadczenie wykonania usługi.