

I. Opis Przedmiotu zamówienia na opracowanie i realizację kampanii promocyjnej dotyczącej projektów realizowanych w ramach Narodowego Programu Rozwoju Czytelnictwa 2.0, według poniższej specyfikacji:

1. **Ogólna charakterystyka projektu:** Narodowy Program Rozwoju Czytelnictwa 2.0 na lata 2021–2025 jest kolejną edycją wieloletniego programu nakierowanego na wzmocnienie czytelnictwa w Polsce oraz modernizację bibliotek. Ze względu na skalę oddziaływania, jest to jeden z największych programów Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Działania w ramach bieżącej edycji kontynuują sprawdzone metody popularyzacji czytania (tj. zakup nowości książkowych, czy poprawa infrastruktury bibliotecznej), jak i odpowiadają na współczesne przemiany sposobów uczestnictwa jednostki w kulturze.
2. **Główny cel programu:** rozwój czytelnictwa w Polsce oraz wzmocnienie roli bibliotek publicznych – współtworzą cztery cele szczegółowe, z których każdy posiada odrębny priorytet. Są one nakierowane na wyrównywanie szans poprzez podniesienie kompetencji czytelniczych w społeczeństwie.
3. **Narodowe Centrum Kultury odpowiada za kampanię promocyjno-informacyjną, której celem jest wzmocnienie potencjału bibliotek i popularyzacja zalet czytelnictwa.**
4. **Główne i dodatkowe grupy odbiorców kampanii:**
 - 4.1. **(1)** dzieci w przedziale wiekowym 6-12 oraz **(2)** dorośli powyżej 60 roku życia;
 - 4.2. przy czym dodatkowymi grupami istotnymi z punktu widzenia kampanii są również **(3)** młodzież w przedziale wiekowym 13-18 oraz **(4)** rodzice dzieci w wieku 6-12.
5. **W ramach promocji programu przygotowane zostały:**
 - 5.1. strona internetowa: <https://nprcz.pl/>
 - 5.2. profil w serwisie Facebook: <https://www.facebook.com/nprcz2.0>
 - 5.3. profil w serwisie Instagram: <https://www.instagram.com/nprcz2.0/>
 - 5.4. profil w serwisie You Tube: https://www.youtube.com/channel/UCYRz_wu95gAWP1Ik7FD7IBQ/featured

II. Szczegółowy opis kampanii będącej Przedmiotem zamówienia:

1. **Opracowanie i realizacja kampanii promocyjnej w Internecie, której adresatami są dzieci w przedziale wiekowym 6-12 zainteresowane takimi tematami w Internecie jak: gry video, gry mobilne, gry przeglądarkowe, Minecraft, Fortnite, Roblox, Among Us; bajki, animacje, bajki dla najmłodszych; Youtuberzy: Friz, Ekipa Friza, Rezi; muzycy: Sanah, Mata, J-Pop, K-Pop; bajki jako audiobooki; (katalog tematów może zostać rozszerzony zgodnie z rekomendacjami Wykonawcy, przy czym rozszerzenie musi zostać zaakceptowane przez Zamawiającego):**
 - 1.1. celem kampanii jest wygenerowanie **3 000 000 (trzech milionów)** odtworzeń spotu o długości do 30 sekund dostarczonego przez Zamawiającego:
 - 1.1.1. kampania musi zostać zrealizowana z wykorzystaniem wyłącznie serwisów You Tube i You Tube Kids;
2. **Opracowanie i realizacja kampanii w Internecie, której adresatami jest młodzież w przedziale wiekowym 13-18 zainteresowana takimi tematami w Internecie jak: gry video, gry mobilne, gry przeglądarkowe; anime, manga, komiksy, Marvel, DC, superbohaterowie, Star Wars; moda, kosmetyki, beauty; seriale dla młodzieży: Squid Game, Withcer, 13 powodów, All of Us Are Dead, Sex Education, Ginny & Georgia, Bridgertonowie; sport, sportowcy, piłkarze; Youtuberzy, Instagramerzy; (katalog tematów może zostać rozszerzony zgodnie z rekomendacjami Wykonawcy, przy czym rozszerzenie musi zostać zaakceptowane przez Zamawiającego):**
 - 2.1. celem kampanii jest wygenerowanie **3 000 000 (trzech milionów)** odtworzeń spotu o długości do 30 sekund dostarczonego przez Zamawiającego:

- 2.1.1. kampania musi zostać zrealizowana z wykorzystaniem wyłącznie serwisów You Tube, Tik Tok, Snapchat, Instagram;
3. **Opracowanie i realizacja kampanii w Internecie, której adresatami są rodzice dzieci w wieku 6 – 12 zainteresowani takimi tematami w Internecie jak: rodzicielstwo, edukacja, parenting, podróże, zdrowie:**
 - 3.1. celem kampanii jest wygenerowanie **100 000 (stu tysięcy) unikalnych wyświetleń strony docelowej**, wskazanej przez Zamawiającego w trybie roboczym, znajdującej się w domenie strony www.nprcz.pl
 - 3.1.1. kampania musi zostać zrealizowana z wykorzystaniem wyłącznie serwisów You Tube, Facebook, Instagram, Kampania musi wykorzystywać spoty i materiały video dostarczone przez Zamawiającego, w tym przynajmniej jeden spot o długości do 30 sekund;
 - 3.1.2. wyniki kampanii mierzone będą z wykorzystaniem narzędzia Google Analytics, przy czym Wykonawca zobowiązany jest do konfiguracji zdarzeń na stronie wskazanych przez Zamawiającego z wykorzystaniem narzędzie Google Tag Manager, zdarzenia powinny być analizowane w trakcie trwania kampanii, w celu optymalizacji wartościowego ruchu na stronie;
 - 3.2. celem kampanii jest wygenerowanie **1 000 000 (jednego miliona) odtworzeń spotu** o długości do 30 sekund dostarczonego przez Zamawiającego:
 - 3.2.1. kampania musi zostać zrealizowana z wykorzystaniem wyłącznie serwisów You Tube , Facebook, Instagram;
 - 3.3. celem Kampanii jest wygenerowanie **1 000 000 (jednego miliona) odtworzeń spotu** o długości do 30 sekund dostarczonego przez Zamawiającego:
 - 3.3.1. kampania musi zostać zrealizowana w serwisach typu VOD, przy czym kampania musi obejmować tylko serwisy, których liczba realnych użytkowników jest nie mniejsza niż 250 000 (miesięczna liczba odsłon) biorąc pod uwagę dane nie starsze niż luty 2020 r.
4. **Opracowanie i realizacja kampanii, której adresatami są osoby powyżej 60 roku życia zainteresowane takimi tematami w Internecie jak: rodzicielstwo, edukacja, parenting, podróże, zdrowie:**
 - 4.1. celem kampanii jest wygenerowanie **500 000 (pięćset tysięcy) odtworzeń spotu** o długości do 30 sekund dostarczonego przez Zamawiającego:
 - 4.1.1. kampania musi zostać zrealizowana z wykorzystaniem wyłącznie serwisów You Tube , Facebook;
5. **Opracowanie i realizacja wysyłki mailingowej skierowanej na adresy mailowe osób zatrudnionych w sektorze edukacji lub interesujących się tematyką edukacji, przy czym wielkość bazy adresów mailowych musi zawierać minimum 10 000 (dziesięć tysięcy) pozycji:**
 - 5.1. opracowanie bazy adresów mailowych jest obowiązkiem Wykonawcy;
 - 5.2. Wykonawca zobowiązuje się do graficznego opracowania elementów wchodzących w skład szablonu wysyłanej wiadomości w oparciu o materiały dostarczone przez Zamawiającego;
 - 5.3. Wykonawca zobowiązuje się do opracowania treści wysyłanego mailingu, przy czym wszystkie informacje merytoryczne zostaną dostarczone przez Zamawiającego;
 - 5.4. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającemu szablon mailingu wraz z proponowaną treścią na minimum dwa dni robocze przed planowaną wysyłką;
6. **Opracowanie i realizacja wysyłki mailingowej skierowanej na adresy mailowe mediów o zasięgu regionalnym, przy czym wielkości bazy adresów mailowych musi zawierać minimum 100 pozycji:**
 - 6.1. opracowanie bazy adresów mailowych jest obowiązkiem Wykonawcy;

- 6.2. Wykonawca zobowiązuje się do graficznego opracowania elementów wchodzących w skład szablonu wysyłanej wiadomości w oparciu o materiały dostarczone przez Zamawiającego;
- 6.3. Wykonawca zobowiązuje się do opracowania treści wysyłanego mailingu, przy czym wszystkie informacje merytoryczne zostaną dostarczone przez Zamawiającego;
- 6.4. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającemu szablon mailingu wraz z proponowaną treścią na minimum dwa dni robocze przed planowaną wysyłką

III. Harmonogram i inne informacje dot. realizacji kampanii:

1. **Wszystkie działania promocyjne prowadzone w ramach kampanii opisane w ust. II OPZ muszą być prowadzone i zostać zakończone w terminie do 90 dni kalendarzowych od daty zaakceptowania przez Zamawiającego harmonogramu kampanii, o którym mowa w pkt 3 poniżej, przy czym rozliczenie kampanii (przekazanie faktury po podpisaniu protokołu odbioru przez Zamawiającego) musi nastąpić do dnia 16 grudnia 2022 roku.**
2. Wykonawca prześle Zamawiającemu **materiały niezbędne do prowadzenia kampanii** tj. pliki graficzne, materiały video oraz dostęp do narzędzi niezbędnych do przeprowadzenia kampanii w terminie **do 15 dni roboczych od dnia podpisania umowy.**
3. **Harmonogram** działań promocyjnych zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony Zamawiającemu **w terminie do 7 dni roboczych** od dnia przekazania **materiałów niezbędnych do prowadzenia kampanii**, o których mowa w pkt 2 powyżej. Zamawiający zgłosi uwagi do harmonogramu **w terminie do 10 dni roboczych od dnia dostarczenia przez Wykonawcę harmonogramu.** Wykonawca **w terminie do 2 dni roboczych uwzględni uwagi Zamawiającego i prześle zaktualizowany o poprawki harmonogram do ponownej akceptacji, a Zamawiający ostatecznie zaakceptuje harmonogram w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania poprawionego harmonogramu. W przypadku pojawienia się kolejnych uwag Zamawiającego proces może zostać powtórzony.** **Pierwszym dniem kampanii będzie następny dzień roboczy od dnia OSTATECZNEJ akceptacji harmonogramu przez Zamawiającego.**
4. Wykonawca jest zobowiązany do przekazania Zamawiającemu do dalszego użytkowania wraz z należnymi prawami, w formie elektronicznej (na odpowiednim nośniku np. pendrive) wszystkich produktów wytworzonych w trakcie realizacji zamówienia.
5. Wykonawca zobowiązany jest przesłać Zamawiającemu raport z przeprowadzonych działań w postaci statystyk z wynikami kampanii w ciągu 5 dni roboczych po zakończeniu działań promocyjnych.