**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**do zapytania ofertowego nr ZO/104/ABJ/2019**

1. **Informacja ogólna** 
   1. Przedmiotem zamówienia jest **kampania promocyjno-informacyjna dotycząca konkursu Selfie+ 2019**, zwanego dalej: **„Selfie+”**.
   2. Celem konkursu jest:
      1. Wyróżnienie najciekawszych zdjęć prezentujących działania projektowe w ramach programu Erasmus+, programu PO WER oraz programów Polsko–Ukraińska Rada Wymiany Młodzieży i Polsko–Litewski Fundusz Wymiany Młodzieży.
      2. Promowanie platformy Selfie+ jako narzędzia służącego do wymiany doświadczeń i promocji dobrych praktyk wśród beneficjentów instytucjonalnych programów zarządzanych przez Fundacje Rozwoju Systemu Edukacji.
      3. Wspieranie rozwoju polityki w dziedzinie kształcenia, szkolenia, młodzieży, kultury i sportu poprzez upowszechnianie działań uczestników instytucjonalnych w ramach projektów edukacyjnych.
2. **Grupa docelowe**

Grupą docelową konkursu są beneficjenci instytucjonalni programu Erasmus+, programu PO WER, Polsko-Litewskiego Funduszu Wymiany Młodzieży oraz Polsko-Ukraińskiej Rady Wymiany Młodzieży.

1. **Wytyczne do kampanii**
   1. Wykonawca:
      1. będzie realizować kampanię w oparciu o spójną komunikację przekazującą główne komunikaty do wszystkich grup wpisujących się w grupę docelową. Główne komunikaty:
2. Selfie+ – platforma przeznaczona do prezentacji zdjęć dokumentujących działania projektowe finansowane przez FRSE w ramach programów Erasmus+, programu PO WER oraz programów Polsko-Ukraińska Rada Wymiany Młodzieży i Polsko-Litewski Fundusz Wymiany Młodzieży.
   * 1. uzupełni główne komunikaty przekazami dedykowanymi poszczególnym kategoriom grup docelowych (programy prowadzone przez FRSE) zgodnie z zakresem ich zainteresowań;
     2. wykorzysta materiały z poprzednich edycji konkursu.
   1. Celem działań promocyjnych będzie:
      1. Generowanie wartościowego ruchu z kampanii na stronę [www.selfieplus.frse.org.pl](http://www.selfieplus.frse.org.pl)  
         – wykorzystane zostaną narzędzia wpływające na liczbę wejść na stronę (kliknięcia);
      2. Zwiększenie liczby zdjęć zarejestrowanych na platformie [www.selfieplus.frse.org.pl](http://www.selfieplus.frse.org.pl)  
         – wykorzystane zostaną narzędzia wpływające na wzrost liczby zarejestrowanych beneficjentów;
      3. Budowanie świadomości istnienia i roli platformy i konkursu Selfie+ wśród grupy docelowej – wykorzystane zostaną narzędzia zapewniające szeroki zasięg (UU) dla grupy docelowej określonych w pkt. 2.
   2. Termin realizacji działań promocyjnych: od dnia podpisania umowy do 31 października 2019 r.
   3. Planowanie i rozliczanie działań promocyjnych będzie się zamykać w III etapach:
3. I etap: od dnia podpisania umowy (30 dni kalendarzowych)
4. II etap: 1 września – 30 września
5. III etap: 1 października – 31 października

Na 7 dni przed rozpoczęciem działań każdego z etapów Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę działań wraz z datami (okresami) emisji oraz formami reklamowymi - mediaplan, w których prowadzić będzie działania. Zamawiający w ciągu 2 dni zaakceptuje listę lub też zgłosi uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić i przekazać poprawioną listę w terminie 2 dni. Po każdym z etapów Zamawiający zastrzega sobie prawo do modyfikacji zaplanowanych działań i wykorzystywanych narzędzi w celu obniżenia średniego kosztu pozyskania wartościowych akcji na stronie i serwisie. Po każdym pełnym etapie zrealizowanych działań promocyjnych Wykonawca przedstawi raport cząstkowy (3 raporty częściowe) prezentujący działania i efekty tych działań. Dodatkowo po zakończeniu III etapu kampanii promocyjno – informacyjnej zostanie przedstawiony raport końcowy, na podstawie którego nastąpi rozliczenie.

* 1. Dodatkowe kanały komunikacyjne: działania promocyjne powinny uwzględniać wykorzystanie kanałów komunikacyjnych Zamawiającego jako dodatkowych kanałów dotarcia do grup docelowych. Do tego mogą służyć portale <http://erasmusplus.org.pl/> oraz <http://www.frse.org.pl/> wraz z istniejącymi w ich ramach newsletterami oraz profilami Facebook, Instagram, Twitter, jednakże mogą to być tylko dodatkowe kanały. Zakres wykorzystania tych narzędzi ustalony zostanie ostatecznie po podpisaniu umowy.
  2. Koncepcja identyfikacji wizualnej wszystkich elementów składowych kampanii zostanie opracowana przez Wykonawcę. Koncepcja ta musi być spójna z systemem identyfikacji wizualnej Selfie+ oraz wykorzystana podczas realizacji kampanii promocyjno – informacyjnej. System identyfikacji wizualnej Selfie+ stanowi załącznik nr 5 do zapytania oferowego.

1. **Opis działań kampanii**

Kampania będąca przedmiotem zamówienia, obejmuje przygotowanie i przeprowadzenie działań, wykorzystujących zestaw narzędzi promocji, służących osiągnięciu mierzalnych rezultatów określonych w pkt 5. Działania promocyjne zostaną skupione wokół 3 typów aktywności:

1. Działania stałe – polegające na promocji strony [www.selfieplus.frse.org.pl](http://www.selfieplus.frse.org.pl) z wykorzystaniem zdjęć laureatów poprzednich edycji konkursu oraz tematów projektów publikowanych na stronie;
2. Działania czasowe – polegające na promocji konkursu Selfie+;
3. Działania dodatkowe – polegające na opracowaniu i przygotowaniu szablonu do mailingu pod kątem pozyskania dużego zasięgu w grupie docelowej Zamawiającego.
   1. **Działania stałe**

Wykonawca przygotuje i przeprowadzi działania promocyjne w Internecie, których cele zostały określone w pkt. 3.2. Wykorzystane zostaną następujące narzędzia:

1. *AdWords*

* wyszukiwarka (linki tekstowe, remarketing w wyszukiwarce)
* sieć reklamowa (kierowanie tematyczne, po zainteresowaniach i domenach)

1. *Facebook*

* promowanie postów (grafika, video)
* kierowanie do strony (karuzela)

1. *Instagram*

* promowanie postów (grafika, video)
* kierowanie do strony (karuzela)
  1. **Działania czasowe**

Wykonawca przygotuje i przeprowadzi działania promocyjne w Internecie, których celem będzie zachęcenie do udziału w konkursie Selfie+. Wykorzystane zostaną następujące narzędzia:

1. AdWords (wyszukiwarka i sieć reklamowa)
2. Facebook (promocja konkursu)
3. Instagram (promocja konkursu)
   1. **Działania dodatkowe**
      1. Wykonawca przygotuje i przeprowadzi działania polegające na opracowaniu i przygotowaniu szablonu mailingu pod kątem pozyskania dużego zasięgu w grupie docelowej.

***Postanowienia wspólne dla działań***

Na minimum 10 dni przed rozpoczęciem działań Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę proponowanych portali wraz z datami publikacji (okresami), proponowaną treść zamieszczonej informacji (mailing, banery, piktogramy itp.). Zamawiający w ciągu 3 dni zaakceptuje listę oraz treść informacji, proponowanego układu graficznego i/lub zdjęć też zgłosi uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić i przekazać poprawioną listę w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.

Przedstawiciel Zamawiającego będzie miał prawo uczestniczyć w poszczególnych etapach przygotowania i produkcji informacji (kreacji graficznych, mailingu) i będzie miał decydujący głos przy podejmowaniu poszczególnych decyzji związanych z ostatecznym kształtem spotów informacyjnych.

Działania muszą uwzględniać następujące założenia:

* czas trwania działań wyniesie 3 miesiące (w okresach: **(i)** od dnia zawarcia umowy przez kolejne 30 dni kalendarzowych; **(ii)** od 1 września do 30 września 2019 r.; **(iii)** od 1 października 2019 r. do 31 października 2019 r.);
* planowanie i rozliczanie działań będzie się odbywać zgodnie z zapisem w pkt. 3.4;
* działania będą sprofilowane do potrzeb przedstawicieli poszczególnych kategorii grupy docelowej i będą obejmowały działania promocyjne ukierunkowane na maksymalizację zasięgu grupy odbiorców;
* frazy w sieci wyszukiwania w działaniach AdWords będą weryfikowane po każdym cząstkowym raporcie (raz w tygodniu);
* minimalna liczba wejść na stronę w wyniku działań stałych wyniesie 1.000 (tysiąc) wejść na stronę miesięcznie;
* minimalna liczba wejść na stronę w wyniku działań czasowych wyniesie 500 (pięćset) wejść na stronę miesięcznie;
* kalendarz wydarzeń zostanie określony ostatecznie po podpisaniu umowy;
* minimalny zasięg proponowanych serwisów tematycznych powinien wynosić 30.000 (trzydzieści tysięcy) UU;
* dotarcie do minimum 100.000 (stu tysięcy) UU wśród grupy docelowej zdefiniowanej.

Zamawiający zastrzega sobie możliwość przenoszenia zaplanowanych środków finansowych pomiędzy działaniami w ramach prowadzonej kampanii.

1. **Rezultaty usługi do osiągnięcia przez Wykonawcę**
   1. Zwiększenie liczby wejść na stronę konkursu i serwis zgłoszeniowy w trakcie trwania kampanii, minimum 1000 (tysiąc) wejść miesięcznie.
   2. Zwiększenie liczby zarejestrowanych użytkowników minimum 150 (sto pięćdziesiąt) osób w konkursie Selfie+ w wyniku kampanii (do 31.10.2019 r.).
   3. Dotarcie do minimum 100.000 (stu tysięcy) UU wśród grupy docelowej zdefiniowanej  
      w pkt. 2.