**Opis przedmiotu zamówienia**

1. **Informacja ogólna**
	1. Przedmiotem zamówienia jest kampania promocyjno-informacyjna dotycząca inicjatywy WorldSkills Poland, a także konkursu kulinarnego WorldSkills Poland (zwanego dalej: „Konkursem”) oraz obsługa kanałów social media WorldSkills Poland zgodnie z wytycznymi Zamawiającego.
	2. Celem Konkursu oraz kanału Worldskills Poland jest:
		1. Wyłonienie najlepszego młodego kucharza, który będzie reprezentował Polskę na konkursie umiejętności zawodowych EuroSkills 2020,
		2. Dotarcie do jak największej liczby zainteresowanych osób, szkół branżowych oraz innych instytucji związanych z kształceniem zawodowym,
		3. Promocja marki WorldSkills Poland.
2. **Grupy docelowe**
	1. Uczestnicy indywidualni, którzy kwalifikują się do roli zawodników, trenerów oraz ekspertów (wg. Wytycznych Zamawiającego),
	2. Szkoły branżowe,
	3. Firmy, których profil działalności pokrywa się z konkurencjami przewidzianymi na zawodach EuroSkills oraz WorldSkills.
3. **Wytyczne do kampanii**
	1. Wykonawca:
		1. będzie realizować kampanię w oparciu o spójną komunikację przekazującą główne komunikaty do wszystkich grup docelowych;
		2. uzupełni główne komunikaty przekazami dedykowanymi poszczególnym grupom docelowym zgodnie z wytycznymi Zamawiającego;
		3. wykorzysta materiały z poprzednich edycji konkursu, sylwetki poszczególnych zawodników i ich działalność w celu efektywniejszego dotarcia do potencjalnie zainteresowanych osób.
	2. Celem działań promocyjnych będzie:
		1. Zwiększenie zainteresowania inicjatywą WorldSkills, promocja marki WorldSkills Poland;
		2. Generowanie ruchu z kampanii na stronę [www.worldskillspoland.org.pl](http://www.worldskillspoland.org.pl);
		3. Budowanie świadomości istnienia i roli konkursu WorldSkills wśród grupy docelowej;
		4. Promowanie konkursu i jego prestiżowej roli.
	3. Termin realizacji działań promocyjnych: 23 września 2019– 31 grudnia 2019 r.
	4. 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/>, <http://www.frse.org.pl/> wraz z istniejącymi w ich ramach newsletterami oraz profilami Facebook, jednakże mogą to być tylko dodatkowe kanały. Zakres wykorzystania tych narzędzi ustalony zostanie ostatecznie po podpisaniu umowy.
	5. Koncepcja identyfikacji wizualnej wszystkich elementów składowych kampanii zostanie opracowana wspólnie przez Wykonawcę i Zamawiającego.
4. **Opis działań kampanii**

Kampania będąca przedmiotem zamówienia, obejmuje przygotowanie i przeprowadzenie działań, wykorzystujących zestaw narzędzi promocji, służących osiągnięciu mierzalnych rezultatów. Działania promocyjne zostaną skupione wokół poniższych aktywności:

1. Działania polegające na promocji strony [www.worldskillspoland.org.pl](http://www.worldskillspoland.org.pl) ,
2. Działania polegające na promocji konkursu kulinarnego i WorldSkills Poland,
3. Działania polegające na współpracy z zewnętrznymi wydawcami pod kątem pozyskania dużego zasięgu w grupie docelowej - (portale internetowe dobierane indywidulanie pod konkretną grupę wpisującą się w grupę docelową konkursu).
	1. Działania stałe:

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

a. AdWords

- wyszukiwarka

- sieć reklamowa

b. Facebook

- promowanie postów

- kierowanie do strony

* 1. Działania podczas trwania kampanii
1. Wykonawca przygotuje i przeprowadzi działania promocyjne w Internecie, których cele zostały określone w pkt. 3.2.

b. Wykonawca przygotuje i przeprowadzi działania promocyjne przy użyciu social mediów (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter i inne).

Działania muszą uwzględniać następujące założenia:

* czas trwania działań wyniesie 4 miesiące,
* działania będą sprofilowane do potrzeb przedstawicieli poszczególnych grup docelowych i będą obejmowały działania promocyjne ukierunkowane na maksymalizację rozpoznawalności marki WorldSkills Poland;
* harmonogram działań zostanie określony ostatecznie po podpisaniu umowy;
* dotarcie do minimum 100 000 osób wśród grupy docelowej zdefiniowanej;
* zamawiający zastrzega sobie możliwość przenoszenia zaplanowanych środków finansowych pomiędzy działaniami.
1. **Postanowienia końcowe**
* Zamawiający na realizację kampanii przeznaczy maksymalnie 7 000 zł. Kwota ta uwzględnia budżet reklamowy oraz wynagrodzenie Zleceniobiorcy.
* Zleceniobiorca zobligowany jest do przedstawienia koncepcji harmonogramu komunikacyjnego oraz przykładowych kreacji reklamowych.