OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. **Informacja ogólna**
	1. Przedmiotem zamówienia jest kampania promocyjno-informacyjna dotycząca konkursu Selfie+.
	2. Celem konkursu jest wyróżnienie i promocja 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. **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
3. Selfie+ – konkurs fotograficzny na najlepsze zdjęcie
	* 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, sylwetki poszczególnych przedstawicieli Laureatów i ich działalność w celu efektywniejszego dotarcia do grup docelowych. Przygotowane zostaną kreacje graficzne z wykorzystaniem poszczególnych Laureatów wraz z kluczowym przekazem dla danej kategorii grupy docelowej. Lista Laureatów wytypowanych do kampanii zostanie przedstawiona po wyłonieniu Wykonawcy.
	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: 1 czerwca – 30 września 2018 r.
	3. Planowanie i rozliczanie działań promocyjnych będzie się zamykać w III etapach:
4. I etap: 1 czerwca – 15 lipca
5. II etap: 16 lipca – 31 sierpnia
6. III etap: 1 -30 września

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. Każdy z etapów zostanie zakończony raportem (3 raporty), na podstawie którego nastąpi rozliczenie. Dodatkowo Wykonawca przedstawi raport cząstkowy po każdym pełnym tygodniu realizacji działań, który prezentować będzie efekty tych działań.

* 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, 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, natomiast realizacja projektów graficznych pozostaje po stronie Zamawiającego.
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 wizerunku laureatów oraz tematów projektów publikowanych na stronie;
2. Działania czasowe – polegające na promocji konkursu Selfie+
3. Działania dodatkowe – polegające na współpracy z zewnętrznymi wydawcami pod kątem pozyskania dużego zasięgu w grupie docelowej - (portale internetowe dobierane indywidualnie pod konkretne kategorie grupy docelowej).
	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 (linki tekstowe, remarketing w wyszukiwarce)

- sieć reklamowa (kierowanie tematyczne, po zainteresowaniach i domenach, Gmail Sponsored Promotions)

b. Facebook

- promowanie postów (grafika, video)

- kierowanie do strony (karuzela)

4.2 Działania czasowe

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

a. AdWords (wyszukiwarka i sieć reklamowa)

b. Facebook (promocja wydarzeń)

* 1. Działania dodatkowe
1. Wykonawca przygotuje i przeprowadzi działania polegające na współpracy z zewnętrznymi wydawcami ogólnopolskimi (radio, prasa) pod kątem pozyskania dużego zasięgu w grupie docelowej, obejmujące:
* przygotowanie i przeprowadzenie **kampanii radiowej** skierowanej do określonych kategorii grupy docelowej, zachęcającą ją do wzięcia udziału w Konkursie.
	+ Kampania radiowa musi spełniać następujące wymagania:
		- czas trwania: 4 tygodnie
		- zasięg efektywny (3+) w grupie docelowej: minimum 50 %;
		- format: spot 20” i/lub cykl 3 materiałów reporterskich w audycjach, zapowiedzi antenowe audycji przed blokiem reklamowym. Spoty radiowe powinny zawierać treści zachęcające przedstawicieli grupy docelowej do wzięcia udziału w Konkursie. Zamawiający dopuszcza użycie krótszych spotów zamiast opisanych powyżej, pod warunkiem, że ich łączny czas nie będzie krótszy niż 15” w jednym bloku reklamowym;
		- emisja spotów powinna odbywać się w stacjach ogólnopolskich i sieciach stacji lokalnych o zasięgu ogólnopolskim, w programach o profilu odbiorcy zgodnym z grupą docelową;
		- spoty będą emitowane w godzinach: 7:00 - 23:00
		- Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu scenariuszy spotów na minimum 7 dni przed ich emisją. Zamawiający w ciągu 3 dni zaakceptuje scenariusze lub też zgłosi uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić i przekazać poprawione scenariusze w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego lub też przekazać

wyjaśnienia dlaczego uwagi w całości lub w części nie zostały uwzględnione. Przedstawiciel Zamawiającego będzie miał prawo uczestniczyć w poszczególnych etapach przygotowania i produkcji spotów i będzie miał decydujący głos przy podejmowaniu poszczególnych decyzji związanych z ostatecznym kształtem spotów.

* + - Na minimum 5 dni przed rozpoczęciem działań Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę radiostacji wraz z datami (okresami) oraz liczbą i godzinami emisji - mediaplan, w których prowadzić będzie działania. Zamawiający w ciągu 3 dni zaakceptuje listę lub też zgłosi uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić i przekazać poprawioną listę w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
1. Wykonawca przygotuje i przeprowadzi dodatkowe działania promocyjne (uwzględniające artykuły sponsorowane oraz inne zaproponowane narzędzia) w serwisach tematycznych, których celem będzie zwiększenie zasięgu w grupie docelowej.

Działania muszą uwzględniać następujące założenia:

- czas trwania działań wyniesie 4 miesiące (1 czerwca – 30 września 2018 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 1000 wejść na stronę miesięcznie;

- minimalna liczba wejść na stronę w wyniku działań czasowych wyniesie 500 wejść na stronę miesięcznie;

- kalendarz wydarzeń zostanie określony ostatecznie po podpisaniu umowy;

- minimalny zasięg proponowanych serwisów tematycznych powinien wynosić 30 000 UU;

- dotarcie do minimum 100 000 UU wśród grupy docelowej zdefiniowanej;

- budżet na działania promocyjne zostanie podzielony w następujący sposób: Google AdWords 35%, Facebook 25%, działania promocyjne w serwisach tematycznych 10%, dodatkowe działania 30%;

- Zamawiający zastrzega sobie możliwość przenoszenia zaplanowanych środków finansowych pomiędzy działaniami.

1. **Rezultaty usługi do osiągnięcia przez Wykonawcę**

5.1 Zwiększenie liczby wejść na stronę konkursu i serwis zgłoszeniowy w trakcie trwania kampanii, minimum 1000 wejść miesięcznie.

5.2 Zwiększenie liczby zarejestrowanych użytkowników o 200 osób w konkursie Selfie+ w wyniku kampanii (od 01.06.2018 do 30.09.2018 r.).

5.3 Dotarcie do minimum 100 000 UU wśród grupy docelowej zdefiniowanej w pkt. 2