

KPT-DIIA.270.1.10.2016

Kielce, dn. 26.09.2016r.

Opis przedmiotu zamówienia

I. Nazwa zamawiającego:

Gmina Kielce – Kielecki Park Technologiczny, ul. Olszewskiego 6, 25-663 Kielce, www.technopark.kielce.pl

II. Nazwa zadania:

Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii reklamowej Google AdWords (lub równoważnej) w wyszukiwarce oraz sieci reklamowej Google (lub równoważnej) oraz analiza jej skuteczności w ramach dotyczącej projektu „Platforma Startowa TechnoparkBiznesHub”. W ramach wykonania zamówienia Wykonawca zobowiązany będzie do przeprowadzenia kampanii reklamowej w Internecie(zwaną dalej „**Kampanią**”) na opisanych poniżej warunkach.

Kod CPV:

79341200-8 - Usługi zarządzania reklamą

79341100-7 -Doradcze usługi reklamowe

79340000-9 - Usługi reklamowe i marketingowe,

79341400-0 - Usługi prowadzenia kampanii reklamowych,

79416000-3 - Usługi public relations,

79342200-5 - Usługi w zakresie promocji

Zamówienie realizowane w ramach projektu pn. „Platforma Startowa TechnoparkBiznesHub”. Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach osi priorytetowej I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, działania 1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów, Poddziałania 1.1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020 (POPW).

III. Informacje o projekcie

W ramach planowania i realizacji Zamówienia Wykonawca powinien uwzględnić informacje o projekcie dostępne na stronach:

<http://popw.parp.gov.pl/poddzialanie-1-1-1/poddzialanie-1-1-1-platformy-startowe-dla-nowych-pomyslow>

<http://www.platformystartowe.gov.pl/>

<http://www.platformystartowe.gov.pl/program-inkubacji/technoparkbizneshub>

Kielecki Park Technologiczny
ul. Olszewskiego 6, 25-663 Kielce
tel.: 41 278 72 00
www.technopark.kielce.pl

http://www.technopark.kielce.pl/pl/projekty/pokaz/18,platforma_startowa_dla_nowych_pomyslow_tech_nopark_bizneshub

IV. Podstawowe założenia kampanii.

W ramach planowania i realizacji Zamówienia Wykonawca powinien uwzględnić następujące, podstawowe założenia kampanii:

1. Grupa Docelowa

1.1. Zakładaną przez Zamawiającego grupą docelową działań informacyjno-promocyjnych są: mieszkańcy Polski ze szczególnym uwzględnieniem studentów, absolwentów szkół wyższych, młodych przedsiębiorców, osób zainteresowanych ideą startupową w teorii i praktyce, nowoczesnymi technologiami, innowacjami itp. Kobiety i mężczyźni do 35 roku życia.

2. Cele komunikacyjne

2.1 Celem kampanii będzie zainteresowanie i przyciągnięcie autorów pomysłów biznesowych do zaangażowania się w działalność projektu.

3. Zasięg i okres prowadzenia Kampanii

3.1. Kampania ma być skierowana na całą Polskę.

3.2. Kampania zostanie przeprowadzona w okresie od podpisania umowy do kwietnia 2017, nie przekraczając założonego budżetu kampanii.

V. Działania w ramach Kampanii

Przedmiot zamówienia obejmuje kampanię reklamową AdWords w wyszukiwarce oraz sieci reklamowej Google reklamy AdWords, działania AdSense oraz remarketing. Usługa obejmuje również prowadzenie oraz optymalizację kampanii w oparciu o dane z Google AdWords i Google Analytics oraz raportowanie efektywności kampanii.

1. Kampania reklamową AdWords w wyszukiwarce oraz sieci reklamowej Google reklamy AdWords

1.1. Opracowanie i przygotowanie struktury konta AdWords.

1.2. Przygotowanie i przedstawienie planu działania kampanii reklamowej oraz opracowanie fraz kluczowych opisujących tematykę serwisu www Projektu i animatora projektu (Kielecki Park Technologiczny) na podstawie, których zostanie zrealizowana kampania reklamowa w systemie Google Adwords. Zleceniobiorca dołoży wszelkich starań, aby ich dobór był możliwie najkorzystniejszy dla Zamawiającego.

1.4. Przygotowanie kampanii reklamowej AdWords – remarketing.

1.5. Przygotowanie reklam tekstowych na potrzeby powyższych kampanii. Reklamy tekstowe muszą być dopasowane do słów kluczowych oraz uwzględniać CTA (call to action)

1.6. Optymalizację kampanii w oparciu o dane z Google AdWords i Google Analytics.

1.7. Raportowanie przebiegu, skuteczności oraz efektywności kampanii w cyklu tygodniowym wysyłane do Zamawiającego w wiadomości e-mail (dodatkowo raport, co miesiąc oraz zbiorczy na koniec okresu zawarcia umowy).

1.8. Zapewnienie dostępu do konta AdWords.

Raporty tygodniowe powinny zawierać informacje, co najmniej o podstawowych wskaźnikach skuteczności dostępnych z poziomu konta AdWords.

- Nazwa kampanii.
- Budżet dzienny.
- Ilość wyświetleń.
- Liczba kliknięć, w tym przez unikalnych użytkowników.
- Wskaźnik CTR (click through rate),
- Średnia pozycja.
- Wynik jakości.
- Najpopularniejsze reklamy dla każdej z grup reklam dla każdego rynku.
- Najskuteczniejsze słowa kluczowe

2. Działania Adsense:

2.1. Przygotowanie dedykowanych projektów graficznych banerów wykorzystywanych w Kampanii.

2.2. Dopasowanie rodzaju emisji do Kampanii, w tym precyzyjne targetowanie do grupy docelowej.

2.3. Zamieszczenie grafiki reklamowej w jednym z tematycznych serwisów internetowych dopasowanych do zainteresowań grupy docelowej.

2.4. Raportowanie skuteczności i efektywności kampanii wysyłane do Zleceniodawcy w wiadomości e-mail (raport, co miesiąc oraz zbiorczy na koniec okresu zawarcia umowy).

VI. Wymagania wobec Wykonawcy

6.1. Zamawiający wymaga, aby Wykonawca spełniał poniższe kryteria:

- a) Posiadać status partnera Google.

6.2. Zamawiający wymaga od Wykonawcy:

- a) Przeprowadzenia symulacji Kampanii AdWords dla sprawdzenia współczynników konwersji, stosunku kosztów do zysków, zachowania grup docelowych i doboru słów kluczowych,
- b) Zaproponowania budżetów Kampanii,
- c) Zarządzania i realizacji płatności wobec firmy Google,
- d) Uruchomienia Kampanii,
- e) Pilnowania nieprzekroczenia wysokości założonego budżetu Kampanii,

- f) Wyłączenia Kampanii w terminie zakończenia umowy lub w terminie osiągnięcia wysokości założonego budżetu Kampanii,
- g) Monitorowania prawidłowego przebiegu Kampanii,
- h) Stałej optymalizacji Kampanii pod kątem wyznaczonych celów.

*W przypadkach, gdzie Zamawiający posługuje się w opisie przedmiotu zamówienia nazwami systemu reklamowego wyszukiwarki Google dopuszcza się użycie przedmiotu równoważnego, który posiadana minimum 50% użytkowników odnosząc tą ilość do profilu wskazanego oraz posiada zbliżony zasięg. Nazewnictwo użyte w opisie przedmiotu zamówienia powinno być traktowane jedynie, jako definicja standardu, jakiego wymaga Zamawiający.