

**SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem Zamówienia jest **przeprowadzenie kampanii promocyjno – informacyjnej w mediach społecznościowych oraz analiza jej skuteczności** w ramach projektu pod nazwą „Platforma startowa – TechnoparkBiznesHub” współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego - Program Operacyjny Polska Wschodnia , Oś Priorytetowa 1 Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów, Poddziałanie 1.1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów PROJEKT PILOTAŻOWY zwanego dalej Projektem.

Zamawiający oczekuje kompleksowej usługi polegającej na planowaniu, tworzeniu, udostępnianiu i dystrybucji istotnych i unikatowych z punktu widzenia odbiorców treści, przy zastosowaniu różnorodnych form przekazu i kanałów dystrybucji.

**Kampania promocyjno - informacyjna w mediach społecznościowych obejmie cztery spójne zadania, tj:**

**Zadanie 1.** OBSŁUGA PROFILU PROJEKTU W SERWISIE SPOŁECZNOŚCIOWYM FACEBOOK.\*

**Zadanie 2.** PROWADZENIE KAMPANII REKLAM SPONOSORWANYCH NA PROFILU PROJEKTU W SERWISIE FACEBOOK.\*

**Zadanie 3.** OBSŁUGA PROFILU PROJEKTU NA TWITTERZE.\*

**Zadanie 4.** OBSŁUGA PROFILU PROJEKTU NA INSTAGRAMIE.\*

Kampania promocyjno – informacyjna w mediach społecznościowych realizowana będzie przez Wykonawcę w okresie od dnia podpisania umowy do 31.03.2017 r.

Celem kampanii promocyjno - informacyjnej będzie zainteresowanie i przyciągnięcie autorów pomysłów biznesowych do zaangażowania się w działalność Platformy startowej – TechnoparkBiznesHub. Dane demograficzne grupy docelowej: osoby do 35 r. życia w szczególności absolwenci i studenci ostatnich lat studiów. Kampania promocyjno – informacyjna musi być zgodna ze strategią informacyjno-promocyjną Projektu.

\*W przypadkach gdzie Zamawiający posługuje się w opisie przedmiotu zamówienia nazwami profili społecznościowych, dopuszcza się użycie przedmiotu równoważnego, który posiadana minimum 50% zarejestrowanych na nim użytkowników odnosząc tą ilość do profilu wskazanego oraz posiada zbliżony tematycznie zakres działania. Nazewnictwo użyte w opisie przedmiotu zamówienia powinno być traktowane jedynie jako definicja standardu jakiego wymaga Zamawiający.

## **I. Przedmiot zamówienia:**

Przedmiot zamówienia zostanie wykonany w postaci czterech powiązanych ze sobą zadań:

### **Zadanie 1.**

#### **OBSŁUGA PROFILU PROJEKTU W SERWISIE SPOŁECZNOŚCIOWYM FACEBOOK**

Realizacja zadania obejmuje oprawę graficzną profilu, komunikację na profilu, w tym tworzenie postów oraz dark postów. Przygotowanie i utworzenie aplikacji oraz zakładek facebookowych. Usługa obejmuje również obsługę aplikacji konkursowej oraz monitoring social media.

### **Zadanie 2.**

#### **PROWADZENIE KAMPANII REKLAM SPONOSORWANYCH NA PROFILU PROJEKTU W SERWISIE FACEBOOK.**

Realizacja zadania obejmuje tworzenie kampanii reklamowych w serwisie facebook: promocję profilu (reklama na polubienia), promocje postów (reklama promująca posty), dark posty (komunikacja ukryta), promocję strony internetowej (reklama przekierowująca do witryny www, wskazanej przez Zamawiającego), reklamę opublikowanych filmów na stronie oraz raportowanie efektywności reklam na facebooku.

### **Zadanie 3.**

#### **OBSŁUGA PROFILU Z PROJEKTU W SERWISIE TWITTER**

Realizacja zadania obejmuje stworzenie, aktualizację profilu, interakcje z użytkownikami, pozyskiwanie followersów oraz raportowanie statystyk konta na Twitterze.

**Zadanie 4.****OBSŁUGA PROFILU PROJEKTU W SERWISIE INSTAGRAM**

Realizacja zadania obejmuje stworzenie, aktualizację profilu, interakcje z użytkownikami, pozyskiwanie followersów oraz raportowanie statystyk konta na Instagramie.

**II. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:****Zadanie 1.****OBSŁUGA PROFILU PROJEKTU W SERWISIE FACEBOOK**

Realizacja zadania obejmuje oprawę graficzną profilu, komunikację na profilu - w tym tworzenie postów oraz dark postów. Przygotowanie i utworzenie aplikacji oraz zakładki facebookowych. Usługa obejmuje również obsługę aplikacji konkursowej oraz monitoring social media.

**1. Oprawa graficzna i przygotowanie profilu na Facebooku w zakresie:**

- spójnej oprawy graficznej profilu - zdjęcie profilowe zintegrowane z cover photo (zdjęcia tła na profilu) oraz zakładkami, możliwość zmiany cover photo raz na miesiąc;
- autorskich grafik reklamowych w newsfeed'zie (środkowa kolumna wyświetlająca się po wejściu na facebooka) oraz reklam bocznych facebook ADS (advertising) spełniających standardy reklam na Facebooku w zależności od wybranego miejsca docelowego (aktualności na komputerach - newsfeed użytkowników, urządzeniach mobilnych - mobile newsfeed, potrzeb prawej kolumny serwisu, dopasowanie grafiki do działań remarketingowych);
- projektów layoutu postów przygotowane przez dział graficzny z gwarancją praw autorskich przy współpracy z Content Managerem (zmiana raz na miesiąc);
- Wybrania zdjęć stockowych - Shutterstock, na potrzeby kampanii. min. 20 zdjęć/miesiąc. Zdjęcia mają realizować cele kampanii promocyjno – informacyjnej, która ma zadanie zainteresowanie przyciągnięcie autorów pomysłów biznesowych do zaangażowania się w działalność Platformy startowej – TechnoparkBiznesHub. Dane demograficzne grupy docelowej: osoby do 35 r. życia

w szczególności absolwenci i studenci ostatnich lat studiów. Kampania promocyjno – informacyjna musi być zgodna ze strategią informacyjno-promocyjną Projektu.

Wykonawca zobowiązany jest do zaprezentowanie każdorazowo Zamawiającemu dwóch propozycji grafik każdego postu w celu akceptacji.

**Zamawiający zastrzega sobie możliwość nie wykorzystania materiałów po ich uprzedniej akceptacji.**

## **2. Komunikacja na profilu – w tym tworzenie postów oraz dark postów**

### 2.1 Częstotliwość postów:

- komunikacja na profilu: od 7 do 10 wpisów tygodniowo (pon.-niedz.) (przygotowane przez osobę obsługującą profil i grafika w dni robocze) w sumie od 28-40 wpisów w miesiącu. W czasie całej długości trwania umowy łączna ilość postów zaproponowanych przez Wykonawcę wyniesie min. 280 postów. Częstotliwość wpisów miesięcznych jest ustalana z Zamawiającym z miesięcznym wyprzedzeniem. Treść postów (projekt graficzny/zdjęcie + treść słowna) jest opracowywana z tygodnia na tydzień i przesyłana do akceptacji.
- komunikacja ukryta (dark posty): od 3 do 8 wpisów miesięcznie (celem będzie promowanie nowych inwestycji, pozyskiwanie leadów). W czasie trwania umowy łączna ilość dark postów zaproponowanych przez Wykonawcę wyniesie min. 30 postów. Częstotliwość wpisów miesięcznych jest ustalana ze Zamawiającym z miesięcznym wyprzedzeniem. Treść postów (projekt graficzny/zdjęcie + treść słowna) jest opracowywana z tygodniowym wyprzedzeniem i przesyłana do akceptacji.
- analiza rynku - tworzenie wpisów nawiązujących do aktualnych trendów.

**Zamawiający zastrzega sobie możliwość nie wykorzystania materiałów po ich uprzedniej akceptacji.**

## **3. Przygotowanie i utworzenie aplikacji oraz zakładki facebookowych tj:**

- 3.1 Utworzenie zakładki umożliwiającej użytkownikowi zapisanie się do newslettera.
- 3.2. Utworzenie odnośnika umożliwiającego przekierowanie użytkownika na www Projektu.

### 3.3. Integracja z innymi kanałami Social Media:

- przekierowanie użytkownika na kanał Projektu YouTube,
- przekierunkowanie użytkownika na profil Projektu na Instagramie,
- przekierunkowanie użytkownika na profilu Projektu na Twitterze.

## **4. Obsługa Aplikacji Konkursowej**

### 4.1. Obsługa jednej aplikacji konkursowej (ciągła lub trwająca do miesiąca) w tym:

- przygotowanie koncepcji i zasad udziału w konkursie;
- dopasowanie regulaminu udziału w konkursie; regulamin przesyłany jest do akceptacji Zamawiającego;
- przygotowanie aplikacji (współpraca Content Managera + grafika);
- moderacja zgłoszeń.

Nagrody funduje Zamawiający.

Cel działań: angażowanie fanów oraz pozyskanie leadów z serwisu facebook.

## **5. Monitoring Social media**

Tygodniowe raporty z narzędzi typu SentiOne, Brand24 lub pokrewnych, wysyłane do Zamawiającego w wiadomości e-mail z informacjami dotyczącymi treści pojawiających się na temat marki w sieci oraz raport zbiorczy okresowy (1 oraz 2 miesięczny i podsumowujący całość kampanii).).

Raporty służą do monitoringu podjętych działań przez Wykonawcę, ich skuteczności i efektywności. Dane statystyczne posłużą do ewaluacji działań realizowanych w ramach projektu sporządzanych przez Zamawiającego na potrzeby PARP. Dane przedstawiane przez Wykonawcę zostaną zweryfikowane przez Zamawiającego poprzez własny dostęp do narzędzi analitycznych.

**Zadanie 2.****PROWADZENIE KAMPANII REKLAM SPONOSORWANYCH NA PROFILU PROJEKTU W SERWISIE FACEBOOK.**

Realizacja zadania obejmuje tworzenie kampanii reklamowych w serwisie facebook: promocję profilu (reklama na polubienia), promocje postów (reklama promująca posty), dark posty (komunikacja ukryta), promocję strony internetowej Projektu (reklama przekierowująca do witryny), reklamę opublikowanych filmów na stronie oraz raportowanie efektywności reklam na facebooku.

**1. Tworzenie reklam w serwisie Facebook**

- 1.1. Dobór odpowiedniego typu reklamy, a także rodzaju targetowania;
- 1.2. Kampania ma uwzględniać: budżet mediowy, stały monitoring efektywności, testy A/B, dobieranie stawek CPC (cost by click), CPM (cost per mille) , CPA (cost per action) itp. w zależności od zamierzonego celu, optymalizację witryny pod kątem mierzenia konwersji (e-marketing) oraz przygotowanie materiału graficznego reklamy;
- 1.3. Projekt graficzny reklamy ma zapewnić najlepszy efekt z danej kampanii reklamowej. Miesięcznie min.20 kreacji graficznych w oparciu o materiały agencyjne oraz materiały nadesłane przez Zamawiającego. Wykonawca zobowiązany jest do zaprezentowania każdorazowo Zamawiającemu dwóch propozycji grafik w celu akceptacji;

**Zamawiający zastrzega sobie możliwość nie wykorzystania materiałów po ich uprzedniej akceptacji.**

**2. Promocja profilu Projektu (reklama na polubienia)**

- zdobywanie nowych, aktywnych fanów na fanpage'u;
- promowanie profilu poprzez opublikowany na profilu film;
- reklamowanie profilu wśród konkretnych grup odbiorców;
- rozwijanie aktualnego grona odbiorców;
- zwiększenie ruchu na fanpage'u;
- stały monitoring i optymalizacja stawek kampanii reklamowej;



- analiza wybranych i tworzenie nowych grup odbiorców.

Cel: Pozyskanie min. 400 nowych fanów z grupy docelowej miesięcznie.

### **3. Promocja postów (reklama promująca posty)**

- docieranie z postami do odpowiedniej grupy docelowej (dane demograficzne grupy docelowej: osoby do 35 r. życia w szczególności absolwenci i studenci ostatnich lat studiów, kobiety i mężczyźni);
- zwiększenie interakcji fanów pod treściami na profilu;
- generowanie ruchu z postów na stronę www Projektu;
- zwiększanie zasięgu reklam do obecnej bazy fanów;
- docieranie z postami do osób o podobnych zainteresowaniach jak obecni fani profilu;
- kierowanie treści reklamowych do pozyskanej wcześniej bazy leadów;
- stały monitoring i optymalizacja stawek kampanii reklamowej CPC (cost by click), CPM (cost per mille), CPA (cost per action).

### **4. Dark posty (komunikacja ukryta)**

- 3 - 8 wpisów miesięcznie. Ilość postów w trakcie trwania umowy – min. 30 wpisów. max 80 postów. Częstotliwość wpisów miesięcznych ustalana ze Zleceniodawcą w miesiącu poprzedzającym;
- budowanie zasięgu dla opublikowanej treści sprzedażowej;
- docieranie z postami do odpowiedniej grupy docelowej (poza profilem Projektu);
- mierzenie aktywności wobec wpisów (skrótowe linki bit.ly / tagowanie linków) przedstawiana w raporcie z reklam na facebooku;
- zwiększanie zainteresowania ofertą Zamawiającego wśród niefanów.

### **5. Reklama przekierowująca do www Projektu**

- bezpośrednie generowanie ruchu na stronie internetowej;
- docieranie z reklamą do osób zainteresowanych konkretnym działaniem;

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

- docieranie z informacją o stronie do odpowiedniej grupy docelowej;
- docieranie z reklamami do osób o podobnych zainteresowaniach jak obecni fani profilu;
- kierowanie treści reklamowych do pozyskanej wcześniej bazy leadów;
- monitoring i optymalizacja stawek CPM, CPC, kosztów przekierowujących na stronę;
- tworzenie reklam odsyłających, multiproduktowych;
- optymalizacja witryny pod kątem pikseli konwersji z portalu facebook.

Cel: Skierowanie odbiorców do witryny www Projektu. Liczba przejść na stronę internetową/miesięcznie min. 1500.

Cel: Zwiększenie konwersji w witrynie.

#### **6. Reklama opublikowanych filmów Projektu na stronie:**

- kierowanie materiału reklamowego np. behawioralnie lub do fanów konkurencji;
- kierowanie treści reklamowych do pozyskanej wcześniej bazy leadów;
- monitoring i optymalizacja kampanii video, a także analiza materiału filmowego.

Cel: Zwiększenie ilości wyświetleń filmu.

#### **7. Raportowanie efektywności reklam na facebooku**

Tygodniowe raporty z efektywności działań na facebooku z narzędzia Sotrender lub pokrewnego, wysyłane do Zleceniodawcy w wiadomości e-mail z informacjami dotyczącymi skuteczności płatnej komunikacji i treści pojawiających się na temat marki oraz raport zbiorczy okresowy (1 oraz 2 miesięczny i podsumowujący całość kampanii).

Raporty służą do monitoringu podjętych działań przez Wykonawcę, ich skuteczności i efektywności. Dane statystyczne posłużą do ewaluacji działań realizowanych w ramach projektu sporządzanych przez Zamawiającego na potrzeby PARP.

#### **Zadanie 3.**

##### **OBSŁUGA PROFILU PROJEKTU W SERWISIE TWITTERZE**

Realizacja zadania obejmuje stworzenie, aktualizację profilu, interakcje z użytkownikami, pozyskiwanie followersów oraz raportowanie statystyk konta na Twitterze.



- aktualizacja profilu - zamieszczanie postów ze wskazaniem odpowiednich hashtagów min. 35 na miesiąc.
- pozyskiwanie followersów (50 obserwujących/miesiąc);
- stała interakcja z użytkownikami (hashtagi, tagowanie rozmówców i skrócone linki b.tly);
- spersonalizowany adres www profilu;
- spójna oprawa graficzna profilu oparta o avatar zintegrowany z cover photo;
- nazwa marki oraz krótki opis jej usług wraz z linkiem do strony firmowej;
- raportowanie statystyk konta na Twitterze.

**Zamawiający zastrzega sobie możliwość nie wykorzystania materiałów po ich uprzedniej akceptacji.**

#### **Zadanie 4.**

#### **OBSŁUGA PROFILU ZAMAWIAJĄCEGO W SERWISIE INSTAGRAM**

Realizacja zadania obejmuje stworzenie, aktualizację profilu, interakcje z użytkownikami, pozyskiwanie followersów oraz raportowanie statystyk konta na Instagramie.

- pozyskiwanie followersów – 100 osób/miesięcznie;
- integracja zamieszczanych zdjęć z profilem na facebooku;
- 20 postów/miesięcznie;
- wybrania zdjęć stockowych - Shutterstock, na potrzeby kampanii. min. 20 zdjęć/miesiąc. Zdjęcia mają realizować celem kampanii promocyjno – informacyjnej, która ma zadanie zainteresowanie i przyciągnięcie autorów pomysłów biznesowych do zaangażowania się w działalność Platformy startowej – TechnoparkBiznesHub. Dane demograficzne grupy docelowej: osoby do 35 r. życia w szczególności absolwenci i studenci ostatnich lat studiów. Kampania promocyjno – informacyjna musi być zgodna ze strategią informacyjno-promocyjną Projektu.
- spersonalizowany adres www profilu;
- avatar będący logotypem marki;
- raportowanie statystyk konta na Instagramie.

**Zamawiający zastrzega sobie możliwość nie wykorzystania materiałów po ich uprzedniej akceptacji.**