

## Załącznik nr 2

### Opis przedmiotu zamówienia

#### I. Nazwa zamawiającego:

Gmina Kielce, ul. Rynek 1, 25-303 Kielce, REGON 291009343, NIP 657-261-73-25. [www.technopark.kielce.pl](http://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), prowadzenie kampanii reklam sponsorowanych na profilu Kieleckiego Parku Technologicznego w serwisie Facebook (lub równoważnym) oraz analiza jej skuteczności w ramach promocji projektu Startup Biznes Hub.** 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

#### III. Informacje o projekcie

W ramach planowania i realizacji Zamówienia Wykonawca powinien uwzględnić informacje dostępne na stronie: [http://www.technopark.kielce.pl/pl/co\\_oferuje\\_park/uslugi\\_dla\\_msp](http://www.technopark.kielce.pl/pl/co_oferuje_park/uslugi_dla_msp)

Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Działania 2.1 „Wspieranie świętokrzyskich IOB w celu zwiększenia poziomu przedsiębiorczości w regionie” Osi 2 „Konkurencyjna gospodarka” Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

#### 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 województwa świętokrzyskiego ze szczególnym uwzględnieniem właścicieli firm z sektora MŚP.

##### 2. Cele komunikacyjne

2.1. Celem kampanii będzie promocja rezultatów projektu w postaci opracowanego pakietu podstawowych usług prorozwojowych skierowanych do firm w początkowej fazie rozwoju.

3. Zasięg i okres prowadzenia Kampanii

3.1. Kampania ma być skierowana na województwo świętokrzyskie.

3.2. Kampania zostanie przeprowadzona w okresie od **podpisania umowy do 26.10.2018** nie przekraczając założonego budżetu kampanii, który wynosi 9000 brutto na całość kampanii.

## V. Działania w ramach Kampanii

Przedmiot zamówienia obejmuje **realizację kampanii reklamowej Google AdWords w wyszukiwarce i sieci reklamowej Google oraz realizację kampanii reklam sponsorowanych na profilu Kieleckiego Parku Technologicznego w serwisie Facebook, a także analizę jej skuteczności w ramach promocji projektu Startup Biznes Hub**. Usługa obejmuje również prowadzenie oraz optymalizację kampanii w oparciu o dane z Google AdWords i Google Analytics oraz raportowanie efektywności kampanii.

### 1. Kampania reklamowa 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 na podstawie, których zostanie zrealizowana kampania reklamowa w systemie Google Adwords. Zleceniobiorca dołoży wszelkich starań, aby ich dobór był możliwie najkorzystniejszy dla Zamawiającego.

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

1.4. Optymalizację kampanii w oparciu o dane z Google AdWords i Google Analytics (w tym planera słów kluczowych).

1.5. Raportowanie przebiegu, skuteczności oraz efektywności kampanii w cyklu tygodniowym wysyłane do Zamawiającego w wiadomości e-mail oraz zbiorczy na koniec okresu zawarcia umowy.

1.6. Zapewnienie dostępu do konta AdWords.

Raporty tygodniowe i raport końcowy 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 jest po stronie Zamawiającego.
- 2.2. Dopasowanie rodzaju emisji do Kampanii, w tym precyzyjne targetowanie do grupy docelowej.
- 2.3. Raportowanie skuteczności i efektywności kampanii wysyłane do Zleceniodawcy w wiadomości e-mail (raport zbiorczy na koniec okresu zawarcia umowy).

## 3. Kampania reklamowa w portalu Facebook.

Realizacja zadania obejmuje tworzenie kampanii reklamowych w serwisie Facebook: dark posty (komunikacja ukryta), promocję strony internetowej KPT (reklama przekierowująca do witryny), reklamę opublikowanych filmów na stronie oraz raportowanie efektywności reklam na Facebooku.

### 3.1. Tworzenie reklam w serwisie Facebook

- 3.1.1. Dobór odpowiedniego typu reklamy, a także rodzaju targetowania;
- 3.1.2. Kampania ma uwzględniać: budżet mediowy, stały monitoring efektywności, 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).
- 3.1.3. Grafiki zostaną przygotowane przez Zamawiającego po uprzedniej informacji od Wykonawcy o potrzebnych formatach.

### 3.2. Dark posty (komunikacja ukryta)

- 3 wpisy miesięcznie.
- budowanie zasięgu dla opublikowanej treści sprzedażowej;
- docieranie z postami do odpowiedniej grupy docelowej.
- mierzenie aktywności wobec wpisów (skrótowe linki bit.ly / tagowanie linków) przedstawiana w raporcie z reklam na facebooku;
- zwiększanie zainteresowania ofertą Zamawiającego wśród niefanów.

### 3.3. Reklama przekierowująca do www Projektu

- bezpośrednie generowanie ruchu na stronie internetowej;
- docieranie z reklamą do osób zainteresowanych konkretnym działaniem;
- docieranie z informacją o stronie do odpowiedniej grupy docelowej;
- docieranie z reklamami do osób o podobnych zainteresowaniach jak obecni fani profilu;
- monitoring i optymalizacja stawek CPM, CPC, kosztów przekierowujących na stronę;
- tworzenie reklam odsyłających, multiproduktowych;
- optymalizacja witryny pod kątem pikseli konwersji z portalu facebook.

**Cel 1:** Skierowanie odbiorców do witryny www Projektu. Liczba przejść na stronę internetową na koniec realizacji kampanii: minimum 1500.

**Cel 2:** Zwiększenie konwersji w witrynie.

## VI. Wymagania wobec Wykonawcy

1. Zamawiający wymaga od Wykonawcy:
  - 1.1. Zarządzania i realizacji płatności wobec firmy Google i Facebook.



- 1.2. Uruchomienia i zamknięcia Kampanii.
- 1.3. Pilnowania nieprzekroczenia wysokości założonego budżetu Kampanii.
- 1.4. Wyłączenia Kampanii w terminie zakończenia umowy lub w terminie osiągnięcia wysokości założonego budżetu Kampanii.
- 1.5. Monitorowania prawidłowego przebiegu Kampanii.
- 1.6. Stałej optymalizacji Kampanii pod kątem wyznaczonych celów.
- 1.7. Po zakończonej Kampanii przedstawienia raportów z Google i Facebook dotyczących poniesionych kosztów.

\*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.

**Maksymalny łączny budżet całej Kampanii wraz z wartością prowizji wynosi 9000 zł brutto.**

