

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

Załącznik Nr 2 do Zaproszenia 1/1/2017/LGD/DLF

SPECYFIKACJA SZCZEGÓŁOWYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

Uwaga:

W celu przedstawienia oferty cenowej, uwzględniającej wszelkie koszty realizacji zlecenia, zgodnej z poniższą specyfikacją, Oferenci proszeni są o dokładne zapoznanie się z ofertą atrakcji turystycznych objętych przedmiotowym zakresem projektu tj. „Szwajcaria Bałtowska”, Bałtowski Kompleks Turystyczny, Muzeum i Rezerwat Archeologiczny „Krzemionki”

Zakres przedmiotu zamówienia dotyczy przeprowadzenia dwóch kompleksowych kampanii on-line w następującym zakresie i o następujących parametrach:

I. KAMPANIA ON – LINE ZIMA 2017/2018

Termin przeprowadzenia kampanii: od 5.01.2018 do 23.02.2018. Ze względu na to, iż powodzenie kampanii może w znacznej mierze zależeć od warunków atmosferycznych, Zamawiający zastrzega sobie możliwość ustalenia szczegółowych terminów działań z wybranym Oferentem. Określony termin realizacji kampanii nie zostanie jednak przekroczony.

Przeprowadzenie kompleksowej kampanii on-line atrakcji turystycznych: „Szwajcaria Bałtowska”, Bałtowski Kompleks Turystyczny, Muzeum Archeologiczne i Rezerwat „Krzemionki” (dalej: atrakcje), składającej się z następujących zadań:

1. Kampania Google Display Network:

- czas trwania kampanii: minimum 2 tygodnie
- przygotowanie przynajmniej 6 rodzajów projektów graficznych reklam dotyczących 3 atrakcji (maksymalna ilość formatów zgodnych z wymaganiami Google) potrzebnych do przeprowadzenia kampanii. Reklamy graficzne powinny charakteryzować się czytelnym przekazem na temat usług świadczonych przez poszczególne atrakcje, ze szczególnym naciskiem na ofertę zimową Stacji Narciarskiej "Szwajcaria Bałtowska" oraz mają być atrakcyjne wizualnie dla grupy docelowej (młodzież oraz rodziny z dziećmi),
- targetowanie wybranych przez Zamawiającego reklam graficznych na min. 3 województwa: świętokrzyskie, lubelskie, mazowieckie, podkarpackie ze wskazaniem koniecznego kierowania kampanii do województwa mazowieckiego,
- bieżące moderowane kampanii w celu polepszenia zasięgu,
- emisja reklam graficznych w dobranych kontekstowo witrynach, w tym min.: ogólnopolskie serwisy i portale informacyjne, serwisy, blogi i portale parentingowe, portale tematyczne związane z aktywnym wypoczynkiem, turystyką zimową, turystyką rodzinną,
- minimalne założenia kampanii – 52 000 klików,
- przygotowanie raportu działań po zakończeniu kampanii.



Europejski Fundusz Rolny na rzecz
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

2. Mailing:

- min. dwa e-mailingi do bazy minimum 30 tys. adresów łącznie - z przedstawieniem oferty Stacji Narciarskiej "Szwajcaria Bałtowska" zimowych atrakcji Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego, oferty Muzeum Archeologiczne i Rezerwat „Krzemionki”,
- mailing kierowany do grupy docelowej: mieszkańcy województw: mazowieckie, świętokrzyskie, lubelskie, w wieku 20 - 65 lat, aktywni zawodowo lub uczący się, pozytywnie reagujący na treści otrzymywanych wiadomości o charakterze ofert turystycznych,
- minimalne założenia kampanii - min. 1000 otwarć maila,
- przygotowanie raportu z wysyłki e-maili.

3. Google Search:

- czas trwania kampanii minimum 2 tygodnie,
- reklama - linki sponsorowane po frazach związanych m.in. z tematyką zimowego wypoczynku, nart i ferii rodzinnych. Obowiązkowe frazy to sformułowania związane z wypoczynkiem zimowym i spędzaniem wolnego czasu w zimę przykładowo: "narty świętokrzyskie", "narty blisko Warszawy", "stoki narciarskie lubelskie", "stok narciarski Warszawa", "ferie z dziećmi", „ferie w świętokrzyskim”
- optymalizacja działań pod najlepiej konwertujące frazy,
- minimalne założenia kampanii – 10 000 klików
- przygotowanie raportu działań po zakończeniu kampanii.

4. Remarketing Display

- czas trwania kampanii minimum 2 tygodnie,
- dotarcie do użytkowników strony „Szwajcarii Bałtowskiej” www.szwajcariabaltowska.pl ,
- minimalne założenia kampanii – 1450 klików,
- przygotowanie raportu działań po zakończeniu kampanii.

5. Działania w Social Media:

- czas trwania działań - min. 2 tygodnie,
- Facebook – stworzenie minimum 3 projektów graficznych reklamy służących promocji Stacji Narciarskiej "Szwajcaria Bałtowska" na profilu własnym tj.: <https://www.facebook.com/szwajcariabaltowska/>. Reklamy graficzne powinny zachęcać do komentowania i udostępniania oraz powinny również nawiązywać wizualnie do reklam graficznych przygotowanych na potrzeby kampanii w Google Display,
- stworzenie reklamy karuzelowej promującej zimowe atrakcje "Szwajcarii Bałtowskiej" oraz dostosowanie jej do publikacji na profilu FaceBook atrakcji tj. z przekierowaniem na właściwą stronę internetową atrakcji,

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

- FaceBook Display,
- FaceBook Remarketing,
- budowanie pozytywnego wizerunku poprzez dodawanie postów - przynajmniej 1 tygodniowo na każdym z profili 3 atrakcji objętych promocją (treści, zdjęcia, konkursy) Moderacją, udzielaniem odpowiedzi na wiadomości i komentarze zajmują się tylko właściciele profili. Oferent ma za zadanie przedstawić koncepcję konkursu. Po jej akceptacji, ma za zadanie przygotować dedykowane grafiki. Przygotowanie regulaminu, zestawu nagród, wybór zwycięzcy i wysyłka nagród leży po stronie Zamawiającego.
- pozyskiwanie nowych fanów poprzez sponsorowanie postów i pozostałe działania,
- minimalne założenie kampanii – 180 000 wyświetleń,
- promocja treści, targetowanie reklam na Facebooku: woj. mazowieckie, świętokrzyskie, lubelskie, łódzkie, kobiety i mężczyźni w wieku 25 - 45 lat, aktywni zawodowo.

Dodatkowo Zleceniobiorca, na zakończenie całej kampanii (realizacji zadań od 1 do 5 wyszczególnionych powyżej) zobligowany jest do przygotowania raportu, zawierającego minimum następujące informacje:

- zakres i termin realizowanych zadań,
- liczba osób objętych wsparciem w ramach przeprowadzonych zadań/ liczba osób do których skierowane były działania w ramach kampanii czyli zasięg kampanii.

II. KAMPANIA ON - LINE LATO 2018

Termin realizacji: od 25.04.2018 do 31.08.2018. Ze względu na to, iż powodzenie kampanii może w znacznej mierze zależeć od warunków atmosferycznych, Zamawiający zastrzega sobie możliwość ustalenie szczegółowych terminów działań z wybranym Oferentem. Określony termin realizacji kampanii nie zostanie jednak przekroczony.

Przeprowadzenie kompleksowej kampanii on-line atrakcji turystycznych: „Szwajcaria Bałtowska”, Bałtowski Kompleks Turystyczny, Muzeum Archeologiczne i Rezerwat „Krzemionki” (dalej: atrakcje), składającej się z następujących zadań:

1. **Stworzenie Landing Page:** stworzenie witryny łączącej informacje i dane kontaktowe do 3 atrakcji turystycznych:
 - opracowanie graficzne strony łączącej 3 atrakcje,
 - technika budowy WordPress,
 - strona nie może zawierać błędów wpływających niekorzystnie na jej pozycjonowanie,
 - przystosowanie strony do urządzeń mobilnych,
 - przygotowanie propozycji nazwy domeny dla Landing Page,
 - udostępnienie Zamawiającemu roli administratora strony



Europejski Fundusz Rolny na rzecz
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

- wykupienie uzgodnionej z Zamawiającym domeny i jej utrzymanie przez min. 2 lata. Przekazanie Zamawiającemu prawa do posługiwania się domeną oraz pełnego kodu strony wraz ze wszystkimi elementami towarzyszącymi nastąpi po zakończeniu kampanii - nie później niż do dnia 31.08.2018. Zamawiający stanie się tym samym właścicielem domeny. Na prośbę Zamawiającego Wykonawca dokona przeniesienia strony na serwer Zamawiającego zapewniając wszystkie niezbędne zasoby i licencje.
- administrowanie stroną – wprowadzanie, minimum 1 w miesiącu, aktualizacji informacji, galerii zdjęć oraz tekstów dostarczonych przez Zamawiającego,
- utworzenie konta Google Analytics, pozwalającego na śledzenie ruchu na stronie. Konto powinno zostać stworzone niezwłocznie po uruchomieniu strony. Hasła dostępu do konta zostaną przekazane Zamawiającemu zaraz po jego utworzeniu.
- dodawanie informacji na temat nadchodzących wydarzeń (aktualizacja kalendarium imprez – minimum 1 raz w miesiącu) przez min. 2 lata,
- dodanie przekierowań z Landing Page na strony atrakcji,
- wpięcie linka do Landing Page na stronach internetowych atrakcji,
- integracja strony z profilami FaceBook atrakcji,
- minimalne elementy, które musi zawierać strona: wizytówki obiektów z krótkim opisem, mapa z zaznaczeniem 3 lokalizacji, kontakty do 3 atrakcji, kalendarium imprez, galerię zdjęć.

2. Kampania Google Display Network:

- czas trwania kampanii - minimum 2 tygodnie
- przygotowanie przynajmniej 6 projektów graficznych reklamy do przeprowadzenia kampanii: max. ilość formatów zgodnych z wymaganiami Google. Reklamy graficzne powinny charakteryzować się czytelnym przekazem na temat atrakcji Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego oraz Muzeum Archeologicznego i Rezerwatu "Krzemionki" uwzględniając grupę docelową (rodziny z dziećmi). Przynajmniej 1 reklama graficzna powinna bezpośrednio zachęcać do zakupu biletów on line do Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego ze strony wskazanej przez Zamawiającego,
- bieżące moderowanie kampanii w celu polepszenia zasięgu,
- emisja reklamy graficznej w dobranych kontekstowo witrynach, w tym min.: ogólnopolskie serwisy i portale informacyjne, serwisy, blogi i portale parentingowe, portale tematyczne związane z aktywnym wypoczynkiem, turystyką rodzinną
 - targetowanie kampanii na min. 5 województw: województwo świętokrzyskie, mazowieckie, łódzkie, lubelskie, małopolskie, ze wskazaniem koniecznego kierowania kampanii do województwa mazowieckiego
 - przygotowanie raportu działań po zakończeniu kampanii,
 - minimalne założenia kampanii 47 000 kliknięć

3. Mailing:

- min. dwa e-mailingi do bazy minimum 30 tys. adresów - z przedstawieniem oferty atrakcji Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego oraz Muzeum Archeologicznego i Rezerwatu „Krzemionki”,



Europejski Fundusz Rolny na rzecz
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

- mailing kierowany do grupy docelowej: mieszkańcy województw: mazowieckie, świętokrzyskie, lubelskie, łódzkie, małopolskie, kobiety i mężczyźni w wieku 20 - 65 lat, aktywni zawodowo lub uczący się, pozytywnie reagujący na treści otrzymywanych wiadomości o charakterze ofert turystycznych bądź parentingowych,
- minimalne założenia kampanii - min. 1000 otwarć maila
- przygotowanie raportu z wysyłki e-maili.

4) Google Search:

- czas trwania kampanii - minimum 2 tygodnie,
- reklama - linki sponsorowane po wybranych frazach najodpowiedniej definiujące atrakcje objęte kampanią. Obowiązkowe frazy to słowa związane z wypoczynkiem i rozrywkami w trakcie lata powiązanych tematycznie z tematyką, którą oferuje park rozrywki przykładowo: "park dinozaurów", "park rozrywki Polska", "weekend z dzieckiem", "ciekawe miejsca dla dzieci",
- optymalizacja działań pod najlepiej konwertujące frazy związane z ofertą atrakcji objętych kampanią,
- raport działań po zakończeniu kampanii,
- minimalne założenia kampanii – 8500 klików.

5) Remarketing Display:

- czas trwania kampanii - minimum 2 tygodnie,
- dotarcie do użytkowników strony www atrakcji objętych kampanią - Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego, Muzeum Archeologicznego i Rezerwatu „Krzemionki” którzy ją odwiedzili i opuścili,
- dotarcie do użytkowników, którzy odwiedzili Landing Page oraz stronę atrakcji i ją opuścili,
- minimalne założenia kampanii – 1450 klików.

6) Działania w Social Media

- czas trwania działań - min. 2 tygodnie,
- Facebook - stworzenie min. 3 projektów graficznych reklamy spójnych dla 3 atrakcji służących ich promocji na ich profilach własnych tj.:
<https://www.facebook.com/parkbaltow/>
<https://www.facebook.com/szwajcariabaltowska/> oraz
<https://www.facebook.com/Krzemionki/>.

Reklamy graficzne powinny zachęcać do komentowania i udostępniania oraz nawiązywać wizualnie do grafik przygotowanych na potrzeby kampanii w Google Display.



Europejski Fundusz Rolny na rzecz
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie

- Facebook - stworzenie min. 3 projektów graficznych reklamy dedykowanej atrakcjom Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego służących ich promocji na profilu własnym tj.: <https://www.facebook.com/parkbaltow/> .
Reklamy graficzne powinny zachęcać do komentowania i udostępniania oraz nawiązywać wizualnie do grafik przygotowanych na potrzeby kampanii w Google Display.FaceBook Display - dotyczy wspólnej grafiki dla Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego oraz Muzeum Archeologicznego i Rezerwatu "Krzemionki"
- FaceBook Remarketing - dotyczy Bałtowskiego Kompleksu Turystycznego,
- budowanie pozytywnego wizerunku poprzez dodawanie postów - przynajmniej 1 tygodniowo na każdym z profili 3 atrakcji objętych promocją (treści, zdjęcia, konkursy). Moderacją, udzielaniem odpowiedzi na wiadomości i komentarze zajmują się tylko właściciele profili. Oferent ma za zadanie przedstawić koncepcję konkursu. Po jej akceptacji, ma za zadanie przygotować dedykowane grafiki. Przygotowanie regulaminu, zestawu nagród, wybór zwycięzcy i wysyłka nagród leży po stronie Zamawiającego.
- pozyskiwanie nowych fanów poprzez sponsorowanie postów i pozostałe działania.
- Minimalne założenie kampanii - 180 000 wyświetleń
- promocja treści, targetowanie reklam na Facebooku: woj. mazowieckie, świętokrzyskie, lubelskie, łódzkie, małopolskie, kobiety i mężczyźni w wieku 25 - 45 lat, aktywni zawodowo, posiadający dzieci.

Dodatkowo Zleceniobiorca, na zakończenie całości kampanii (realizacja zadań od 1 do 6 wymienione powyżej) zobligowany jest do przygotowania raportu, zawierającego minimum następujące informacje:

- zakres i termin realizowanych zadań,
- liczba osób objętych wsparciem w ramach przeprowadzonych zadań/ liczba osób do których skierowane były działania w ramach kampanii.



DLF INVEST Sp.z o.o
27-423 Bałtów 7
NIP 661-23-66-557
REGON 260558350

27.10.2017, Bałtów

DLF INVEST Sp.z o.o.
PREZES
[Signature]
.....
(Podpis i pieczęć Zamawiającego)