Załącznik nr 1 do siwz

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SzOPZ)

I. Przedmiot Zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest **„kampania promocyjna w Internecie i prasie zachęcająca mikro, małych i średnich przedsiębiorców (MŚP) do wzięcia udziału w siedmiu targach turystycznych"** Zamówienie realizowane jest w ramach projektu nr RPLB.01.04.01-08-0003/16 pn. „Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację kampanii promocyjnych sektora turystycznego o zasięgu krajowym i międzynarodowym oraz regionalnych targów turystycznych" (zwanego dalej Projektem) współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego - Lubuskie 2020.

Wykonawca przeprowadzi kampanię promocyjną zgodnie ze szczegółowymi wytycznymi wskazanymi przez Zamawiającego w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia..

Kampania promocyjna zachęcająca mikro, małych i średnich przedsiębiorców (MMŚP) do wzięcia udziału w siedmiu targach turystycznych, przeprowadzona zostanie we wskazanych przez Zamawiającego mediach, tzn. prasie i Internecie. Kampania ma na celu zwerbowanie 49 przedstawicieli MMŚP prowadzących działalność gospodarczą na terenie województwa lubuskiego w sektorze turystyki do wzięcia udziału w siedmiu targach turystycznych w kraju i za granicą.

Obowiązkiem Wykonawcy przy realizacji wszystkich zadań jest zapoznanie się, przestrzeganie i stosowanie aktualnych Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020, znajdującymi się na stronie www.rpo.lubuskie.pl.

II. Informacje o Zamawiającym

Zamawiającym jest Województwo Lubuskie – Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego (zwane dalej „Zamawiającym").

III. Lista zadań

Lista zadań dzieli się na następujące, szczegółowo rozpisane w dalszej części niniejszego SzOPZ:

Zadanie nr 1 Stworzenie strony internetowej poświęconej targom turystycznym, korzyściom płynącym z udziału oraz ogólnym informacjom dotyczącym Projektu.

Zadanie nr 2 Przeprowadzenie kampanii typu display (np. Google Display Network lub podobne).

Zadanie nr 3 Działania na Facebooku.

Zadanie nr 4 Emisja artykułów w prasie.

Zadanie nr 1 Stworzenie informacyjnej strony internetowej poświęconej targom turystycznym, korzyściom płynącym z udziału oraz ogólnym informacjom dotyczącym Projektu.

1. Wykonawca zaprojektuje i stworzy (wykona) stronę internetową poświęconą Projektowi oraz udziałowi MMŚP w targach turystycznych w terminie 10 dni kalendarzowych od podpisania umowy.
2. Wykonawca zapewni na rzecz zamawiającego hosting i utrzymanie hostingu dotyczącego zamówienia.
3. W terminie do 3 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przedstawi Zamawiającemu dowód potwierdzający wykupienie hostingu do końca stycznia 2018 roku.
4. Stworzona strona dzielić się będzie na:

a) **zakładkę z informacją o Projekcie**
b) **zakładkę z informacją o możliwości udziału MMŚP w targach turystycznych** (wraz z załącznikami: regulaminem, zasadami dofinansowania i warunkami udziału, projektami umów itp.)
c) **zakładkę z formularzami zgłoszeniowymi udziału w targach turystycznych**
Wykonawca stworzy osobne formularze zgłoszeniowe na siedem imprez targowych w następujących podzakładkach:
- Formularz zgłoszeniowy na Targi Regionów i Produktów Turystycznych „TOUR SALON" w Poznaniu wraz z możliwością załączania plików PDF i .doc;
- Formularz zgłoszeniowy na Ferien & Freizeit w Cottbus (Niemcy) wraz z możliwością załączania plików PDF i .doc;
- Formularz zgłoszeniowy na Międzynarodowe Targi Turystyczne (MTT) we Wrocławiu wraz z możliwością załączania plików PDF i .doc;
- Formularz zgłoszeniowy na ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse) w Berlinie (Niemcy) wraz z możliwością załączania plików PDF i .doc;
- Formularz zgłoszeniowy na Międzynarodowe Targi Turystyki, Spa, Sprzętu Turystycznego i Żeglarskiego „GLOBalnie" w Katowicach wraz z możliwością załączania plików PDF i .doc;
- Formularz zgłoszeniowy na Targi Turystyki i Wypoczynku LATO 2018 w Warszawie wraz z możliwością załączania plików PDF i .doc;
- Formularz zgłoszeniowy na Targi Turystyczne Market Tour „Piknik nad Odrą" w Szczecinie wraz z możliwością załączania plików PDF i .doc.

✓ Każdy formularz będzie zawierał dane teleadresowe oraz deklarację o prowadzonej działalności. Formularz powinien posiadać możliwość uzupełniania danych, tabelek, zaznaczania odpowiednich oświadczeń;
✓ Po każdorazowym złożeniu zgłoszenia na wskazany przez Zamawiającego adres email będzie przychodził raport zgłoszeniowy wraz z wprowadzonymi danymi,
✓ Na każdą z poszczególnych imprez targowych musi zostać zgłoszonych siedmiu MMŚP,
✓ Po osiągnięciu wymaganej minimalnej ilości siedmiu zgłoszeń na poszczególne targi w zakładce z formularzem powinien pojawić się komunikat: *Osiągnięto limit zgłoszeń, każde kolejne zgłoszenie przejdzie na listę rezerwową.*
✓ Po osiągnięciu limitu zgłoszeń każdy kolejny przedsiębiorca przechodzi na listę rezerwową na dane targi.

5. Zamawiający dostarczy wzór formularza w formacie (.doc) w terminie do 3 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy,
6. Portal musi być poprawnie wyświetlany w głównych przeglądarkach internetowych:
   a) Microsoft Internet Explorer (od wersji 10)
   b) Mozilla Firefox (od wersji 3.5)
   c) Opera (od wersji 10)
   d) Google Chrome (od wersji 15)

7. Stworzona strona internetowa musi być responsywna, tak aby wygląd i układ witryny dostosowywał się automatycznie do rozmiaru ekranu i musi być poprawnie wyświetlana w standardowych przeglądarkach urządzeń mobilnych:
    a) Android (wersja 4.1 i nowsze)
    b) iOS (wersja 7 i nowsze)
    c) Windows Phone (wersja 8 i nowsze),
8. Strona będzie wizualnie nawiązywała do stylu i zasad Marki Lubuskie,
9. Strona musi być dostosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych, w szczególności dostosowania do potrzeb osób niesłyszących oraz niedowidzących poprzez możliwość ustawienia szablonu tzw. wysokiej kontrastowości oraz dostosowana do czytelników ekranowych,
10. Strona internetowa musi być zgodna ze standardami WCAG 2.0 (Web Content Accessibility Guidelines),
11. Wykonawca wdroży rozwiązanie automatycznego wykonania kopii zapasowych serwisu (wszystkich plików strony www oraz bazy danych),
12. Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznej naprawy wszelkich zgłoszonych nieprawidłowości w działaniu i funkcjonalności strony internetowej,
13. W przypadku nie usunięcia zgłoszonych nieprawidłowości w działaniu strony internetowej w terminie do 24 godzin Zamawiający naliczy kary umowne zgodnie z § 5 pkt 1 ppkt a) Umowy.

Zadanie nr 2 Kampania typu display (np. Google Display Network lub podobna)

1. Wykonawca zrealizuje kampanię typu display (np. Google Display Network lub podobne) w polskich serwisach internetowych.
2. Kampania trwać będzie od dnia podpisania umowy do osiągnięcia co najmniej 10 000 kliknięć.
3. Wykonawca przygotuje wstępną listę serwisów internetowych (preferowane serwisy internetowe kierowane do przedsiębiorców z branży turystycznej) do akceptacji Zamawiającego w terminie do 3 dni od dnia podpisania umowy. W trakcie kampanii Wykonawca będzie modyfikował reklamy i dodawał nowe, w celu osiągnięcia jak najlepszych wskaźników.
4. W trakcie kampanii reklamy muszą osiągnąć co najmniej 10 000 kliknięć (liczone wszystkie razem).
5. Nośniki reklamowe (750x200, 728x90, 300x250) do kampanii dostarczy Wykonawca w terminie ustalonym przez Strony.
6. Wymienione w pkt. 5 nośniki reklamowe będą przekierowywały na stronę internetową stworzoną przez Wykonawcę.
7. Reklama w wyszukiwarce musi wykorzystywać słowa kluczowe umożliwiające wyświetlenie się reklam lubuskim przedsiębiorcom poszukującym: możliwości dofinansowania, narzędzi promocji, informacji o targach, np. „Targi Poznań", „Dofinansowanie/Wsparcie dla firmy" i powinna odpowiadać konkretnym zadaniom organizowanym w ramach Projektu.
8. Odbiorcami kompani powinni być przedstawiciele mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z branży turystycznej w województwie lubuskim.
9. Do zadań Wykonawcy należeć będzie prowadzenie rzetelnych statystyk kampanii internetowej, zgodnie z przyjętymi ogólnie standardami i na podstawie statystyk dostarczanych przez wydawców. Wykonawca na życzenie Zamawiającego zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu miesięcznych statystyk z działań oraz na każde dodatkowe żądanie Zamawiającego.

Zadanie nr 3 Działania na Facebooku

1. Wykonawca będzie realizował działania na portalu Facebook na rynku polskim, przy użyciu istniejącego lub nowego konta udostępnionego przez Zamawiającego do prowadzenia komunikacji.
   a) Reklama w serwisie Facebook – reklama przekierowująca do witryny stworzonej przez Wykonawcę lub wskazanej przez Zamawiającego:
      – reklamy muszą wyświetlać się wyłącznie w aktualnościach użytkowników serwisu Facebook,
      – reklamy muszą być kierowane do użytkowników województwa lubuskiego,
      – reklamy muszą być targetowane do MMŚP i odpowiadać promocji wydarzenia w targów turystycznych,
      – na potrzeby reklam Wykonawca przygotuje niezbędne grafiki (łącznie z zakupem zdjęć). Wszystkie grafiki przygotowane przez Wykonawcę powinny być opatrzone wspólnym elementem (np. logo akcji). Wszystkie grafiki przed wykorzystaniem w kampanii muszą uzyskać akceptację Zamawiającego,
      – reklamy muszą przekierowywać do strony wskazanej przez Zamawiającego.
   b) Reklama w serwisie Facebook – wydarzenie:
      – reklamy muszą wyświetlać się wyłącznie w aktualnościach użytkowników serwisu Facebook,
      – reklamy muszą być kierowane do użytkowników województwa lubuskiego,
      – na potrzeby reklam Wykonawca przygotuje niezbędne grafiki (łącznie z zakupem zdjęć). Wszystkie grafiki przygotowane przez Wykonawcę powinny być opatrzone wspólnym elementem (np. logo). Wszystkie grafiki przed wykorzystaniem w kampanii muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.
2. Działania dotyczące planowanych targów turystycznych trwać będą przez cały okres kampanii oraz promocji w innych mediach.
3. Przekazywanie użytkownikom ciekawostek o planowanych targach i przydatnych informacji turystycznych w atrakcyjnej formie (zdjęcia, wideo, infografiki itp.).
4. Wykonawca zobowiązany jest dodawać, co najmniej 3 wpisów tygodniowo w języku polskim.
5. Cel na czas trwania kampanii tj. 30 dni od dnia stworzenia strony informacyjnej to emisja co najmniej 4 postów sponsorowanych.
6. Wykonawca przekaże Zamawiającemu wszelkie dostępne mu dane wykorzystane w działaniach promocyjnych, w tym pliki tekstów, zdjęć źródłowych oraz wszelkich innych danych zamieszczonych na profilu.
7. W ciągu 7 dni od daty zakończenia działań promocyjnych Wykonawca dostarczy Zamawiającemu raport z realizacji kampanii. W celu weryfikacji efektów działań promocyjnych Wykonawca umożliwi Zamawiającemu dostęp do paneli reklamowych za pośrednictwem, których będzie prowadzona kampania (menadżer reklam w serwisie Facebook oraz Google Adwords).

Zadanie nr 4 Emisja artykułów w prasie

1. Wykonawca przygotuje artykuł dotyczący zasad oraz korzyści płynących z udziału MMŚP w targach. Artykuł powinien zachęcać do wzięcia udziału w targach.
2. Przygotowanie obejmuje zarówno napisanie tekstu (obejmującego minimum 50% powierzchni strony), pozyskanie zdjęć, złożenie artykułu (zaprojektowanie graficzne) oraz jego emisję.

3. Emisja odbędzie się w prasie adresowanej do przedsiębiorców o zasięgu regionalnym. Wskazane są czasopisma o tematyce dotyczącej turystyki. Minimum 3 różne tytuły. Lista czasopism zostanie przedstawiona Zamawiającemu do akceptacji.
4. Artykuł powinien obejmować 1 pełną stronę czasopisma, w którym będzie publikowany.
5. Odpowiednio wcześniej przed emisją Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję tekstu, a po jego akceptacji propozycję złożonego artykułu.
6. Wykonawca do artykułu zapewni odpowiednie, dostosowane do tematyki profesjonalne zdjęcia. Zdjęcia zostaną przekazane Zamawiającemu wraz z licencją na wykorzystanie do celów promocyjnych po wykonaniu zadania.
7. Artykuły ukażą się w okresie trwania kampanii tj. 30 dni od stworzenia informacyjnej strony internetowej opisanej w Zadaniu nr 1.
8. Wykonawca przedstawi ostateczne daty emisji do akceptacji Zamawiającemu.

Odbiór przedmiotu umowy:

- Wykonawca dostarczy po zakończeniu przedmiotu umowy raport końcowy, który będzie dokumentem stanowiącym podsumowanie z realizacji tego zadania
- Raport końcowy będzie podstawą do podpisania protokołu zdawczo – odbiorczego przez Zamawiającego.