

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SzOPZ)

I. Przedmiot Zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na „przeprowadzeniu kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych przy użyciu serwisu internetowego: Facebook, Twitter oraz YouTube”. W kampanii będą wykorzystane, dostarczone przez zamawiającego, cztery różne 60. sekundowe filmy w polskiej i niemieckiej wersji językowej, prezentujące atrakcje turystyczne województwa lubuskiego z uwzględnieniem grup docelowych w Polsce oraz w Niemczech.

Zadanie realizowane jest w ramach projektu pn. „Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację kampanii promocyjnej sektora turystycznego o zasięgu krajowym i międzynarodowym oraz targów turystycznych” współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego – Lubuskie 2020.

Zamawiający wymaga aby Wykonawca dysponował osobą wyznaczoną do realizacji zadania posiadającą doświadczenie w zrealizowaniu kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych typu Facebook, Twitter, Youtube, lub innych o tożsamyh funkcjach.

II. Informacje o Zamawiającym

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

III. Lista zadań

Zadanie nr I. Działania na portalu Facebook

1. Wykonawca będzie prowadził kampanię promocyjną Województwa Lubuskiego na portalu internetowym **Facebook** przy użyciu 4 różnych 60. sekundowych filmów, prezentujących atrakcje turystyczne województwa lubuskiego. Filmy zostaną dostarczone przez Zamawiającego niezwłocznie po podpisaniu umowy.
2. Zamawiający dostarczy wskazane w pkt.1 filmy w polskiej i niemieckiej wersji językowej.
3. Wykonawca będzie prowadził kampanię z uwzględnieniem grup docelowych w Polsce oraz w Niemczech.
4. Wykonawca stworzy profile grup docelowych poszczególnych filmów dostarczonych przez Zamawiającego z uwzględnieniem ich cech demograficznych oraz zainteresowań, osobno dla odbiorców w Polsce i osobno dla odbiorców w Niemczech.
5. Przed rozpoczęciem kampanii profile grup docelowych, do których będą skierowane poszczególne filmy promocyjne muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.
6. Zamawiający dokona akceptacji profili grup docelowych o których mowa w pkt. 5 w ciągu 2 dni roboczych od przedstawienia ich przez Wykonawcę.
7. Prezentowane mają być następujące filmy promocyjne dostarczone przez Zamawiającego:
 - **To co najlepsze w województwie lubuskim** - prezentacja miejsc dziesięciu najlepszych i najciekawszych atrakcji regionu (prezentujące walory krajobrazowe regionu i główne atrakcje turystyczne),
 - **Lubuskie dla rodziny** - prezentacja miejsc umożliwiających spędzenie czasu wolnego dla rodzin z dziećmi, w tym prezentację atrakcji turystycznych dla dzieci,

- **Młodzi aktywni** - prezentacja miejsc w regionie skierowana do osób młodych uwzględniająca możliwości czynnego spędzenia czasu wolnego, w tym prezentacja szlaków rowerowych, pieszych, konnych, spływów kajakowych, miejsc związanych z uprawianiem sportów i turystyki aktywnej, jak i inne zajęcia na świeżym powietrzu – spacer, grzybobranie, wędkarstwo, miejsc prezentujących spędzanie czasu blisko natury oraz imprez plenerowych typu Woodstock,
 - **Lubuskie jak z obrazka** - prezentacja miejsc skierowana do świadomego, dojrzałego turysty chcącego poznać historię i kulturę regionu, stawiającego na jakość usług noclegowych i gastronomicznych. Prezentacja miejsc dla zwiedzających lubuskie pałace, zamki, obiekty sakralne, muzea a także miejsc z dobrą kuchnią (w tym lokalne jedzenie, wina, miody) i chcących wypocząć (noclegi typu dworki, pałace, folwarki, hotele o wyższej kategoryzacji dla bardziej wymagającego klienta).
8. Wykonawca będzie realizował działania na portalu Facebook skierowane do użytkowników na rynku polskim i niemieckim, przy wykorzystaniu istniejącego konta: **Lubuskie Atrakcje**.
 9. Filmy promujące województwo lubuskie będą umieszczane poprzez posty, których treść zostanie ustalona z Zamawiającym przed rozpoczęciem kampanii.
 10. Treść postów, za pomocą których będą promowane filmy, nie może się powtarzać.
 11. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje raz w tygodniu post w języku polskim z załączonym filmem promocyjnym pt. **To co najlepsze w województwie lubuskim**, w polskiej wersji językowej.
 12. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje raz w tygodniu post w języku polskim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Lubuskie dla rodziny**, w polskiej wersji językowej.
 13. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje raz w tygodniu post w języku polskim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Młodzi aktywni**, w polskiej wersji językowej.
 14. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje raz w tygodniu post w języku polskim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Lubuskie jak z obrazka**, w polskiej wersji językowej.
 15. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje raz w tygodniu post w języku niemieckim z załączonym filmem promocyjnym pt. **To co najlepsze w województwie lubuskim**, w niemieckiej wersji językowej.
 16. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje raz w tygodniu post w języku niemieckim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Lubuskie dla rodziny**, w niemieckiej wersji językowej.
 17. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje raz w tygodniu post w języku niemieckim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Młodzi aktywni**, w niemieckiej wersji językowej.
 18. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje raz w tygodniu post w języku niemieckim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Lubuskie jak z obrazka**, w niemieckiej wersji językowej.

19. Każdy film promocyjny w polskiej wersji językowej oraz każdy film promocyjny w niemieckiej wersji językowej może być zamieszczony na koncie Facebook Lubuskie Atrakcje tylko 1 raz w tygodniu.
20. Posty w języku polskim z załączonymi filmami promocyjnymi w polskiej wersji językowej będą targetowane dla użytkowników portalu Facebook w Polsce, w województwie zachodniopomorskim, wielkopolskim, dolnośląskim, opolskim, śląskim i mazowieckim.
21. Posty w języku niemieckim z załączonymi filmami promocyjnymi w niemieckiej wersji językowej będą targetowane dla użytkowników portalu Facebook w Niemczech, w landach Brandenburgia oraz Saksonia.
22. Zabronione jest wykonywanie tłumaczeń za pomocą programów komputerowych służących do translacji tekstu.
23. Każdy wpis w poście musi odnosić się do załączonego w nim filmu promującego.
24. Czas trwania kampanii: kampania będzie prowadzona w sześciu 30-dniowych okresach. Ostateczne daty prowadzenia kampanii zostaną określone w umowie zawartej z wybranym Wykonawcą.
25. Wszystkie posty umieszczone przez Wykonawcę w każdym 30-dniowym okresie realizacji kampanii muszą osiągnąć ilość wyświetleń na poziomie minimum 80 000, minimum 40 000 na rynku niemieckim i minimum 40 000 na rynku polskim, sumując łącznie wszystkie posty.

Zadanie nr II. Działania na portalu Twitter

1. Wykonawca będzie prowadził kampanię promocyjną Województwa Lubuskiego na portalu internetowym **Twitter** przy użyciu 4 różnych 60. sekundowych filmów, prezentujących atrakcje turystyczne województwa lubuskiego. Filmy zostaną dostarczone przez Zamawiającego niezwłocznie po podpisaniu umowy.
2. Zamawiający dostarczy wskazane w pkt.1 filmy w polskiej i niemieckiej wersji językowej.
3. Wykonawca będzie prowadził kampanię z uwzględnieniem grup docelowych w Polsce oraz w Niemczech.
4. Wykonawca stworzy profile grup docelowych poszczególnych filmów dostarczonych przez Zamawiającego z uwzględnieniem ich cech demograficznych oraz zainteresowań, osobno dla odbiorców w Polsce i osobno dla odbiorców w Niemczech.
5. Przed rozpoczęciem kampanii profile grup docelowych, do których będą skierowane poszczególne filmy promocyjne muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.
6. Zamawiający dokona akceptacji profili grup docelowych o których mowa w pkt. 5 w ciągu 2 dni roboczych od przedstawienia ich przez Wykonawcę.
7. Prezentowane mają być następujące filmy promocyjne dostarczone przez Zamawiającego:
 - **To co najlepsze w województwie lubuskim** - prezentacja miejsc dziesięciu najlepszych i najciekawszych atrakcji regionu (prezentujące walory krajobrazowe regionu i główne atrakcje turystyczne),
 - **Lubuskie dla rodziny** - prezentacja miejsc umożliwiających spędzenie czasu wolnego dla rodzin z dziećmi, w tym prezentację atrakcji turystycznych dla dzieci,

- **Młodzi aktywni** - prezentacja miejsc w regionie skierowana do osób młodych uwzględniająca możliwości czynnego spędzenia czasu wolnego, w tym prezentacja szlaków rowerowych, pieszych, konnych, spływów kajakowych, miejsc związanych z uprawianiem sportów i turystyki aktywnej, jak i inne zajęcia na świeżym powietrzu – spacer, grzybobranie, wędkarstwo, miejsc prezentujących spędzanie czasu blisko natury oraz imprez plenerowych typu Woodstock,
 - **Lubuskie jak z obrazka** - prezentacja miejsc skierowana do świadomego, dojrzałego turysty chcącego poznać historię i kulturę regionu, stawiającego na jakość usług noclegowych i gastronomicznych. Prezentacja miejsc dla zwiedzających lubuskie pałace, zamki, obiekty sakralne, muzea a także miejsc z dobrą kuchnią (w tym lokalne jedzenie, wina, miody) i chcących wypocząć (noclegi typu dworki, pałace, folwarki, hotele o wyższej kategoryzacji dla bardziej wymagającego klienta).
8. Wykonawca będzie realizował działania na portalu Twitter skierowane do użytkowników na rynku polskim i niemieckim, przy wykorzystaniu istniejącego konta: **@lubuskiepl**.
 9. Filmy promujące województwo lubuskie będą umieszczane poprzez posty, których treść zostanie ustalona z Zamawiającym przed rozpoczęciem kampanii.
 10. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Twitter **@lubuskiepl** raz w tygodniu post w języku polskim z załączonym filmem promocyjnym pt. **To co najlepsze w województwie lubuskim**, w polskiej wersji językowej.
 11. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Twitter **@lubuskiepl** raz w tygodniu post w języku polskim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Lubuskie dla rodziny**, w polskiej wersji językowej.
 12. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Twitter **@lubuskiepl** raz w tygodniu post w języku polskim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Młodzi aktywni**, w polskiej wersji językowej.
 13. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Twitter **@lubuskiepl** raz w tygodniu post w języku polskim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Lubuskie jak z obrazka**, w polskiej wersji językowej.
 14. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Twitter **@lubuskiepl** raz w tygodniu post w języku niemieckim z załączonym filmem promocyjnym pt. **To co najlepsze w województwie lubuskim**, w niemieckiej wersji językowej.
 15. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Twitter **@lubuskiepl** raz w tygodniu post w języku niemieckim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Lubuskie dla rodziny**, w niemieckiej wersji językowej.
 16. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Twitter **@lubuskiepl** raz w tygodniu post w języku niemieckim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Młodzi aktywni**, w niemieckiej wersji językowej.
 17. Wykonawca będzie umieszczał na koncie Twitter **@lubuskiepl** raz w tygodniu post w języku niemieckim z załączonym filmem promocyjnym pt. **Lubuskie jak z obrazka**, w niemieckiej wersji językowej.

18. Każdy film promocyjny w polskiej wersji językowej oraz każdy film promocyjny w niemieckiej wersji językowej może być zamieszczony na koncie Twitter @lubuskiepl tylko 1 raz w tygodniu.
19. Wykonawca nie może umieszczać jednego dnia więcej niż jeden post z załączonym filmem promocyjnym.
20. Posty w języku polskim z załączonymi filmami w polskiej wersji językowej będą targetowane tylko dla użytkowników portalu Twitter w Polsce.
21. Posty w języku niemieckim z załączonymi filmami w niemieckiej wersji językowej będą targetowane tylko dla użytkowników portalu Twitter w Niemczech w landach Brandenburgia oraz Saksonia.
22. Zabronione jest wykonywanie tłumaczeń postów za pomocą programów komputerowych służących do translacji tekstu.
23. Każdy wpis w poście musi odnosić się do załączonego w nim filmu promującego.
24. Czas trwania kampanii: kampania będzie prowadzona w sześciu 30-dniowych okresach. Ostateczne daty prowadzenia kampanii zostaną określone w umowie zawartej z wybranym Wykonawcą.
26. Wszystkie posty umieszczone przez Wykonawcę w każdym 30-dniowym okresie realizacji kampanii muszą osiągnąć ilość wyświetleń na poziomie minimum 80 000, minimum 40 000 na rynku niemieckim i minimum 40 000 na rynku polskim, sumując łącznie wszystkie posty.

Zadanie nr III. Działania na portalu YouTube

1. Wykonawca będzie prowadził kampanię promocyjną Województwa Lubuskiego na portalu internetowym **YouTube** przy użyciu 4 różnych 60. sekundowych filmów, prezentujących atrakcje turystyczne województwa lubuskiego. Filmy zostaną dostarczone przez Zamawiającego niezwłocznie po podpisaniu umowy.
2. Zamawiający dostarczy wskazane w pkt.1 filmy w polskiej i niemieckiej wersji językowej.
3. Wykonawca będzie prowadził kampanię z uwzględnieniem grup docelowych w Polsce oraz w Niemczech.
4. Wykonawca stworzy profile grup docelowych poszczególnych filmów dostarczonych przez Zamawiającego z uwzględnieniem ich cech demograficznych oraz zainteresowań, osobno dla odbiorców w Polsce i osobno dla odbiorców w Niemczech.
5. Przed rozpoczęciem kampanii profile grup docelowych, do których będą skierowane poszczególne filmy promocyjne muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.
6. Zamawiający dokona akceptacji profili grup docelowych o których mowa w pkt. 5 w ciągu 2 dni roboczych od przedstawienia ich przez Wykonawcę.
7. Prezentowane mają być następujące filmy promocyjne dostarczone przez Zamawiającego:
 - **To co najlepsze w województwie lubuskim** - prezentacja miejsc dziesięciu najlepszych i najciekawszych atrakcji regionu (prezentujące walory krajobrazowe regionu i główne atrakcje turystyczne),

- **Lubuskie dla rodziny** - prezentacja miejsc umożliwiających spędzenie czasu wolnego dla rodzin z dziećmi, w tym prezentację atrakcji turystycznych dla dzieci,
 - **Młodzi aktywni** - prezentacja miejsc w regionie skierowana do osób młodych uwzględniająca możliwości czynnego spędzenia czasu wolnego, w tym prezentacja szlaków rowerowych, pieszych, konnych, spływów kajakowych, miejsc związanych z uprawianiem sportów i turystyki aktywnej, jak i inne zajęcia na świeżym powietrzu – spacer, grzybobranie, wędkarstwo, miejsc prezentujących spędzanie czasu blisko natury oraz imprez plenerowych typu Woodstock,
 - **Lubuskie jak z obrazka** - prezentacja miejsc skierowana do świadomego, dojrzałego turysty chcącego poznać historię i kulturę regionu, stawiającego na jakość usług noclegowych i gastronomicznych. Prezentacja miejsc dla zwiedzających lubuskie pałace, zamki, obiekty sakralne, muzea a także miejsc z dobrą kuchnią (w tym lokalne jedzenie, wina, miody) i chcących wypocząć (noclegi typu dworki, pałace, folwarki, hotele o wyższej kategoryzacji dla bardziej wymagającego klienta).
8. Filmy promocyjne w polskiej wersji językowej będą targetowane tylko dla użytkowników portalu YouTube w Polsce w województwie zachodniopomorskim, wielkopolskim, dolnośląskim, opolski, śląskim i mazowieckim.
 9. Filmy w niemieckiej wersji językowej będą targetowane tylko dla użytkowników portalu YouTube w Niemczech w landach Brandenburgia oraz Saksonia.
 10. Filmy promocyjne w polskiej oraz niemieckiej wersji językowej będą promowane za pomocą konta należącego do Zamawiającego pn. **eLubuskie24**.
 11. Czas trwania kampanii: kampania będzie prowadzona w sześciu 30-dniowych okresach. Ostateczne daty prowadzenia kampanii zostaną określone w umowie zawartej z wybranym Wykonawcą.
 12. Wszystkie umieszczone w serwisie YouTube przez Wykonawcę filmy promocyjne w każdym 30-dniowym okresie muszą osiągnąć ilość wyświetleń na poziomie minimum 100 000, minimum 50 000 na rynku niemieckim i minimum 50 000 na rynku polskim, sumując łącznie wszystkie wyświetlenia wszystkich filmów.