**ZAŁĄCZNIK NR 1** do zapytania ofertowego nr PROT.01/03/2023

**SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

1. Przedmiotem zamówienia jest realizacja działań reklamowych mających na celu promocję Festiwalu FolkArt w mediach społecznościowych oraz w systemie reklamowym Google ads w sposób umożliwiający użytkownikom Internetu przejście na stronę zamawiającego w celu zapoznania się ze szczegółowym planem wydarzenia.
2. Czas realizacji kampanii: kwiecień/maj 2023. Termin wydarzenia: 6 i 7 maja 2023
3. Grupą docelową wszystkich powyższych działań są osoby zamieszkujące województwo podkarpackie. Wykonawca zobowiązany jest dotrzeć do Polaków oraz osób pochodzenia ukraińskiego znajdujących się na terenie województwa.
4. Powstałe w ramach działań reklamowych grafiki, banery, treści itd. powinny byś spójne z grafiką plakatów i biletów festiwalowych oraz obowiązkowo muszą zawierać logotypy projektowe oraz klauzulę informacyjną o treści: *„Karpacki Festiwal FolkArt – wspólne dziedzictwo kulturowe Karpat” finansowany ze środków Programu Współpracy Transgranicznej Polska-Białoruś-Ukraina 2014-2020.*
5. Szczegółowy zakres przedmiotu zamówienia został opisany niżej:

**Szczegółowy zakres przedmiotu zamówienia**

1. Realizacja kampanii Google ads:
2. Realizacja kampanii banerowej elastycznej promującej festiwal, o którym szczegółowe informacje znajdują się na stronie Zamawiającego.
3. Realizacja kampanii banerowej statycznej promującej festiwal, o którym szczegółowe informacje znajdują się na stronie Zamawiającego.
4. Przygotowanie banerów reklamowych na potrzeby kampanii banerowej statycznej i elastycznej: 5 rozmiarów banerów w rozmiarach preferowanych przez system reklamowy Google ads).
5. Kampania powinna być kierowana do osób znajdujących się na terenie województwa podkarpackiego. W ramach działań reklamowych Wykonawca zobowiązany jest do dotarcia z banerami do Polaków oraz osób pochodzenia ukraińskiego.
6. Wykonawca zobowiązany jest przeprowadzić kampanię w 2 językach: polskim i ukraińskim.
7. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania innych materiałów koniecznych do przeprowadzenia kampanii banerowej – szczególnie nagłówków i tekstów reklamowych koniecznych do przeprowadzenia banerowej kampanii elastycznej.
8. Osiągnięcie minimalnej ilości kliknięć reklamy: 1850; osiągnięcie minimalnej liczby wyświetleń reklamy 180 000
9. Kampania na YouTube
10. Realizacja kampanii wideo na YouTube w formacie InStream, która będzie przedstawiać i promować Festiwal FolkArt.
11. Umieszczenie wideo promocyjnego na kanale YouTube Zamawiającego.
12. Wideo reklamowe dostarcza Zamawiający.
13. Osiągnięcie minimalnej ilości wyświetleń reklamy: 4000
14. Kampania Facebook ads i Instagram ads
15. Realizacja dwujęzycznej kampanii postów sponsorowanych na Facebooku i Instagramie przekierowujących do strony Zamawiającego kierowanej do grupy odbiorców, która jest zainteresowana festiwalem. Celem kampanii jest promocja festiwalu, którego program i szczegółowe informacje znajdą się na stronie Zamawiającego.
16. Kampania zostanie zaadresowana do grupy docelowej wskazanej w pkt. 1d.
17. Posty sponsorowane wykorzystywane w reklamie powinny mieć formę graficzną oraz formę wideo. Wideo dostarcza Zamawiający.
18. Przygotowanie materiałów graficznych, które zostaną wykorzystane w kampanii na Facebooku: 3 rozmiary grafik – 1200x1200 px, 1200x628 px, 1080x1920 px.
19. Stały monitoring reakcji wobec postów sponsorowanych i moderacja komentarzy w porozumieniu z Zamawiającym.
20. Opublikowanie postów informujących o festiwalu na profilu Facebook i Instagram Zamawiającego.
21. Osiągnięcie minimalnego wyniku kampanii przekierowującej – 3 000 kliknięć reklamy; osiągnięcie minimalnej miesięcznej liczby wyświetleń reklamy – 330 000
22. Szczegółowe zasady świadczenia usługi
23. Wykonawca jest zobowiązany do bieżącego raportowania wyników wszystkich prowadzonych działań.
24. Każdemu kanałowi komunikacji przysługiwać będą określone KPI (Key Performance Indicators, pol. kluczowe wskaźniki efektywności), które pozwalają zmierzyć wyniki poszczególnych działań. Zestawy KPI zostaną opracowane w porozumieniu pomiędzy Zamawiającym i Wykonawcą.
25. Wykonawca zobowiązany jest wdrożyć rozbudowaną analitykę prowadzonych działań. Analityka powinna obejmować co najmniej wskaźniki takie jak: liczba sesji i użytkowników na stronie internetowej z poszczególnych realizowanych działań, ilość kliknięć i wyświetleń reklamy, koszt kliknięcia reklamy.
26. W celu możliwości pozyskania tego typu danych analitycznych Wykonawca zobowiązany jest do otagowania witryny tak, aby właściwe informacje trafiały do systemu Google Analytics. Tagowanie może odbyć się poprzez narzędzie Google Tag Manager.
27. Wykonawca zobowiązany jest do raportowania wyników prowadzonych przez siebie działań. Raportowanie powinno odbywać się w czasie rzeczywistym za pomocą narzędzi typu Google Data Studio i/lub drogą mailową.
28. Wykonawca zobowiązany jest na zakończenie realizacji kampanii do przedstawienia raportu w wersji elektronicznej podsumowującego działania przeprowadzone w ramach kampanii wraz z dostępnymi na zakończenie czasu realizacji działań statystykami (po uzgodnieniu z Zamawiającym).