

## Pytanie nr 1 do Uczestników konsultacji rynkowych – Formularz do Konsultacji rynkowych

### 1) Założenia do przygotowania i realizacji w Internecie kampanii „Rodzice w pracy” :

- a) Wykonawca przeprowadzi działania edukacyjne we współpracy z influencerami w mediach społecznościowych (np. YouTube, Instagram, Facebook, TikTok), polegające na publikacji co najmniej 4 materiałów wideo promujących kampanię. Materiały wideo skierowane będą do: matek, ojców i kobiet w ciąży. Każdy influencer zaangażowany w realizację kampanii zobowiązany będzie do opublikowania – na co najmniej dwóch prowadzonych przez siebie kontach w mediach społecznościowych – wszystkich materiałów wideo przygotowanych z jego udziałem. Influencerzy mają się zajmować tematyką związaną z rodzicielstwem (parentingową), skierowaną do grupy docelowej kampanii.

**UWAGA!** Pierwszy materiał filmowy powinien zostać opublikowany w mediach społecznościowych w pierwszym tygodniu emisji kampanii, a ostatni nie później niż tydzień przed zakończeniem emisji.

- b) W emisji reklam wideo poprzez Meta Ads należy zapewnić minimum 20% pełnych obejrzeń na Facebooku i minimum 20% na Instagramie. Pozostała część może być alokowana automatycznie przez system.
- c) W emisji postów sponsorowanych poprzez Meta Ads należy zapewnić minimum 20% kliknięć na Facebooku w link z przejściem na stronę kampanii i minimum 20% na Instagramie. Pozostała część może być alokowana automatycznie przez system.
- d) Grupa docelowa: 18 - 45 lat, z tym, że wiek nie może być jedynym kryterium targetowania. Reklamy mają być kierowane do kobiet w ciąży oraz rodziców dzieci 0 - 8 lat. Targetowanie reklam powinno uwzględniać także dodatkowe dane behawioralne, w tym: deklarowane lub wykazywane zainteresowania, obserwowane profile/konta/strony oraz przynależność do odpowiednich grup tematycznych w mediach społecznościowych.
- e) Zamawiający dopuszcza możliwość modyfikacji reklam na etapie ich emisji. Każda modyfikacja wymaga współpracy z Zamawiającym i jego akceptacji.
- f) Wykonawca przygotowuje reklamy wideo na podstawie treści merytorycznych opracowanych przez Zamawiającego. W reklamach wideo należy skorzystać z gotowych filmów przedstawiających osoby z grupy docelowej (niewygenerowane przez sztuczną inteligencję),

dostępnych w zasobach takich jak np. Adobe Stock, Pexels i innych dostępnych banków. Reklamy wideo powinny zostać przygotowane na podstawie key visual kampanii i mają być spójne ze sobą .

g) Elementy konieczne do uwzględnienia w reklamach wideo:

i) logo PIP,

ii) sceny w domach i sceny na zewnątrz dostosowane do pory roku zgodnego z emisją,

iii) nazwa kampanii.

h) Wykonawca przygotuje artykuły sponsorowane na podstawie treści merytorycznych otrzymanych od Zamawiającego. Zadaniem Wykonawcy będzie ich dostosowanie do grupy docelowej (język, tytuł, CTA, grafika itp.). Harmonogram publikacji artykułów i zajawek Wykonawca przedstawi w Media planie. Pierwszy artykuł z zajawką zostanie opublikowany nie później niż w pierwszym tygodniu emisji kampanii, a ostatni nie później niż na 2 tygodnie przed końcem emisji.

i) Wszystkie reklamy i artykuły sponsorowane powinny być spójne graficznie.

2) Budżet na kampanię, zgodnie z planem zamówień publicznych PIP wynosi: 365 853,66 zł (bez podatku od towarów i usług) przy założeniu maksymalizacji dotarcia do grupy docelowej kampanii i czasie trwania emisji kampanii 6 tygodni.

3) Proponuję poniższe działania promocyjne kampanii, które zapewnią obejrzenia reklam wideo w całości w oraz kliknięcia w link przekierowujący na stronę kampanii. Wycena zawiera wszystkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem i rozliczeniem działań kampanii.

Wariant 1:

| Kanał komunikacji / media społecznościowe       | Rodzaj reklamy                                                                                 | Wskaźnik mierzenia skuteczności reklamy                                                                         | Wartość liczbową wskaźnika do osiągnięcia przez Wykonawcę  | Dodatkowe uwagi, które mogą zostać wykorzystane w dokumentacji przetargowej | Cena netto | Cena brutto | W przypadku zastrzeżenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać „Tak” |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Meta (Facebook, Instagram)                      | Wideo 15 sek.                                                                                  | Obejrzenie reklamy w całości (min. 20% na Facebooku i min. 20% na Instagramie)                                  | Liczba pełnych obejrzeń reklamy w 100%:                    |                                                                             |            |             |                                                                                                                                                           |
| Meta (Facebook, Instagram)                      | Reklama – post z obrazem /reklama karuzelowa                                                   | Kliknięcia w link z przejściem na stronę internetową kampanii (min. 20% na Facebooku i min. 20% na Instagramie) | Liczba kliknięć w link przekierowujący na stronę kampanii: |                                                                             |            |             |                                                                                                                                                           |
| TikTok                                          | Wideo 15 sek.                                                                                  | Obejrzenie reklamy w całości (100%)                                                                             | Liczba pełnych obejrzeń reklamy w 100%:                    |                                                                             |            |             |                                                                                                                                                           |
| YouTube                                         | Wideo 30 sek.                                                                                  | Obejrzenie reklamy w całości (100%)                                                                             | Liczba pełnych obejrzeń reklamy w 100%:                    |                                                                             |            |             |                                                                                                                                                           |
| Portale parentingowe                            | Artykuł sponsorowany min. przez 1 miesiąc z zajawką w górnym słocie reklamowym przez 1 tydzień | Artykuł sponsorowany z zajawką.                                                                                 | Liczba artykułów z zajawkami:                              |                                                                             |            |             |                                                                                                                                                           |
| Sieć reklamowa Google (GDN)/wyszukiwarka Google | Display/reklamy tekstowe                                                                       | Kliknięcie w link z przekierowaniem na stronę internetową kampanii                                              | Liczba kliknięć:                                           |                                                                             |            |             |                                                                                                                                                           |

|                                                                |                |                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|                                                                |                | Proszę podać propozycję warunków koniecznych do spełnienia przy współpracy Wykonawcy z influencerami (zapisy mogą być wykorzystane w Opisie Przedmiotu Zamówienia) |  |  |  |  |  |
| Współpraca z influencerami – (proponowana liczba influencerów) | Materiał wideo |                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
| <b>Suma kosztów</b>                                            |                |                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |

Wariant 2:

Tabela do uzupełnienia dla Uczestników konsultacji:

**Proponuję poniższe działania promocyjne** kampanii „Rodzice w pracy” w Internecie, które zapewnią obejrzenia filmów w całości oraz **kliknięcia w reklamę**. Zamawiający nie jest zainteresowany wyświetlaniem fragmentu filmu.

| Kanał komunikacji / media społecznościowe | Rodzaj reklamy | Wskaźnik mierzenia skuteczności reklamy | Wartość liczbową wskaźnika do osiągnięcia przez Wykonawcę | Dodatkowe uwagi, które mogą zostać wykorzystane w dokumentacji przetargowej | Cena netto | Cena brutto | W przypadku zastrzeżenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać „Tak” |
|-------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                           |                |                                         |                                                           |                                                                             |            |             |                                                                                                                                                           |
|                                           |                |                                         |                                                           |                                                                             |            |             |                                                                                                                                                           |

Łączny koszt kampanii wynosi ..... zł netto ( ..... zł brutto).

- 4) Proponuję następujące aspekty środowiskowe lub innowacyjne lub społeczne, jakie można uwzględnić przy realizacji proponowanego zamówienia (jeżeli dotyczy):

| Aspekty             | Propozycja uczestnika Konsultacji |
|---------------------|-----------------------------------|
| Aspekt środowiskowy |                                   |
| Aspekt innowacyjny  |                                   |
| Aspekt społeczny    |                                   |

- 5) Dodatkowe uwagi :.....

- 6) Nazwa firmy: .....

Data .....

Podpis .....