

Opis przedmiotu zamówienia – Internet

1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja w Internecie działań promocyjnych kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie” (dalej: „Kampania”). Działania promocyjne Kampanii w Internecie zostaną przeprowadzone zgodnie z przygotowaną przez Wykonawcę strategią (dalej: „Strategia”) oraz media planem (dalej: „Media plan”).

Na realizację przedmiotu zamówienia składają się następujące zadania:

- 1.1. przygotowanie realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie, w tym:
 - 1.1.1. opracowanie Strategii i Media planu;
 - 1.1.2. opracowanie i przygotowanie do emisji bannerów, a także innych form reklamy (np. reklam tekstowych, linków sponsorowanych w wyszukiwarce/wyszukiwarkach internetowych – zgodnie z zaproponowaną przez Wykonawcę Strategią działań);
 - 1.2. realizacja działań promocyjnych Kampanii w Internecie – zgodnie z zaproponowaną przez Wykonawcę Strategią działań, w tym:
 - 1.2.1. emisje reklam w wyszukiwarce internetowej/ wyszukiwarkach internetowych,
 - 1.2.2. emisje reklam w sieci reklamowej, np. GDN,
 - 1.2.3. emisja bannerów na internetowym/ch portalu/ach z ofertami pracy,
 - 1.2.4. emisja bannerów na internetowym/ch portalu/ach informacyjnych,
 - 1.2.5. emisja 30-sekundowego spotu Kampanii w serwisie YouTube.
 - 1.3. zapewnienie monitorowania działań promocyjnych Kampanii w Internecie;
 - 1.4. podsumowanie efektywności działań promocyjnych Kampanii w Internecie i przedstawienie wyników w postaci raportu końcowego (dalej: „Raport”).
2. Termin realizacji – 80 dni roboczych od dnia zawarcia Umowy, w tym:
- 2.1. emisje reklam w wyszukiwarce/wyszukiwarkach internetowej/ych, w formach wynikających ze Strategii, przygotowanej przez Wykonawcę – przez 42 dni kalendarzowe. Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia wskazanej w ofercie liczby kliknięć w czasie 42 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż o 7 dni kalendarzowych,
 - 2.2. emisje reklam w sieci reklamowej (np. GDN) – w formach wynikających ze Strategii, przygotowanej przez Wykonawcę – przez 42 dni kalendarzowe. Jednocześnie w przypadku

- nieosiągnięcia wskazanej w ofercie liczby kliknięć w czasie 42 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż o 7 dni kalendarzowych,
- 2.3. emisje bannerów na internetowym/ch portalu/ach z ofertami pracy – przez 42 dni kalendarzowe. Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia wskazanej w ofercie liczby kliknięć w czasie 42 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż o 7 dni kalendarzowych,
- 2.4. emisje bannerów na internetowym/ch portalu/ach informacyjnym/ch – przez 42 dni kalendarzowe. Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia wskazanej w ofercie liczby kliknięć w czasie 42 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż o 7 dni kalendarzowych,
- 2.5. emisje 30-sekundowego spotu Kampanii w serwisie YouTube – 42 dni kalendarzowe. Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia wskazanej w ofercie liczby pełnych odtworzeń spotu (jako pełne odtworzenie Zamawiający rozumie odtworzenie całego 30 sekundowego spotu) w czasie 42 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż o 7 dni kalendarzowych,
- 2.6. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego Strategię, Media plan, bannery i inne formy reklam internetowych oraz Raport, zgodnie z poniższym harmonogramem:
- 2.6.1. Strategia – nie później niż 7 dni roboczych od dnia zawarcia Umowy. Akceptacja Strategii przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną, na adres e-mail wskazany w Umowie, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawioną zgodnie z uwagami Strategię. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.
- 2.6.2. Media plan – nie później niż 5 dni robocze od akceptacji przez Zamawiającego Strategii. Akceptacja Media planu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną, na adres e-mail wskazany w Umowie, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawiony zgodnie z uwagami Media plan. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.

2.6.3. Bannery internetowe i inne formy reklamy internetowej – nie później niż 10 dni roboczych od dnia zawarcia umowy. Akceptacja bannerów i innych form reklamy internetowej przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną na adres e-mail wskazany w Umowie, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawione zgodnie z uwagami bannery i inne formy reklamy. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.

2.6.4. Raport w wersji elektronicznej, zawierający informacje określone w pkt 5.3.3 – nie później niż 7 dni robocze po zakończeniu działań prowadzonych w Internecie. Akceptacja Raportu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną na adres e-mail wskazany w Umowie, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawione zgodnie z uwagami Raport. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.

3. Grupy docelowe:

- 3.1. Główna grupa docelowa: osoby pracujące w przemyśle przetwórczym, w szczególności wykwalifikowani i niewykwalifikowani pracownicy liniowi,
- 3.2. Dodatkowa grupa docelowa: pracodawcy prowadzący firmy w sektorze przetwórczym, w szczególności osoby prowadzące firmy do 50 zatrudnionych, którzy są odpowiedzialni za organizację bezpiecznych warunków pracy w swojej firmie.

4. Cele działań promujących Kampanię w Internecie:

4.1. Główne cele działań:

- 4.1.1. pracownicy – uświadomienie im zagrożeń w miejscu pracy. Przekonanie pracowników, że bezpieczeństwo własne oraz współpracowników, a także ograniczenie ryzyka wypadku przy pracy zależy od przestrzegania przez nich przepisów, zasad i procedur bezpieczeństwa pracy, niepodejmowania zbędnego ryzyka, stosowania środków ochrony indywidualnej oraz środków ochrony przewidzianych w maszynach i urządzeniach, na których pracują. Przekonanie ich, że zgłaszanie zdarzeń lub zachowań, które mogą mieć negatywny wpływ na

bezpieczeństwo pracy powinno być nie tylko ich obowiązkiem, ale stałym elementem ich pracy;

4.1.2. pracodawcy – uświadomienie im, że od nich zależy zapewnienie bezpiecznych warunków pracy swoim pracownikom. Przekonanie ich, że dbałość o bezpieczeństwo pracy, sprawne maszyny i urządzenia, rzetelnie przeprowadzenie oceny ryzyka zawodowego, a także prawidłowa organizacja pracy, to nie tylko formalny obowiązek, lecz działanie, które może zapobiec wypadkom przy pracy i uratować życie i zdrowie pracowników.

4.2. Szczegółowe cele działań: dotarcie z przekazem do głównej grupy docelowej, za pośrednictwem co najmniej narzędzi określonych w pkt 2.1 – 2.5, a także zapewnienie jak najdłuższego czasu przebywania internautów na stronie Kampanii.

5. Wymagania dotyczące realizacji przedmiotu zamówienia i obowiązki Wykonawcy:

5.1. Przygotowanie działań promocyjnych w Internecie:

5.1.1. Wykonawca dokona analizy portali internetowych, mechanizmów wyszukiwania treści (również w podziale na desktop, mobile i tablet, na których odbywa się wyszukiwanie), pod kątem ich dostosowania do tematyki i grup docelowych Kampanii. Na tej podstawie Wykonawca opracuje Strategię realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie. W Strategii wskazane zostaną narzędzia, które zostaną zastosowane przez Wykonawcę, w celu optymalizacji Kampanii w trakcie trwania emisji, a także narzędzia zmierzające do jak najdłuższego czasu przebywania internauty na stronie Kampanii.

5.1.2. Wykonawca opracuje szczegółowy Media plan działań promocyjnych w Internecie, według którego, po akceptacji Zamawiającego, zrealizuje działania promocyjne – tj. zakupi emisję bannerów i pozostałych form reklamy.

5.1.3. Wykonawca zaprojektuje oraz przygotuje do emisji w Internecie animowane bannery, a także inne formy reklamy internetowej zgodnie z zaproponowaną Strategią działań.

5.1.3.1. Bannery i inne formy reklamy zostaną przygotowane z wykorzystaniem materiałów własnych Wykonawcy oraz materiałów graficznych (key visual) i haseł przekazanych przez Zamawiającego.

5.1.3.2. Formaty bannerów i innych form reklamy muszą być dostosowane do wymogów (w tym ich wymiary, wagi) każdego z portali internetowych, w których będą emitowane. Zamawiający dopuszcza przygotowanie bannerów statycznych na potrzeby emisji, jeśli w portalu, na którym

prowadzona jest promocja nie ma technicznych możliwości emisji bannerów animowanych.

- 5.1.3.3. Wykonawca przygotowuje co najmniej jeden banner i/lub jedną formę reklamy internetowej do każdego zaproponowanego do emisji portalu internetowego. Zamawiający dopuszcza wykorzystanie w emisji danego formatu banneru lub formy reklamy internetowej na różnych zaoferowanych przez Wykonawcę portalach, co zapewni zachowanie spójności kreacji Kampanii.
- 5.1.3.4. Po kliknięciu w banner lub inną formę reklamy internetowej, powinno nastąpić automatyczne przekierowanie użytkownika na stronę Kampanii www.bhpnatak.pl,
- 5.1.3.5. Bannery i inne formy reklamy internetowej przed emisją muszą uzyskać akceptację Zamawiającego, przy czym przygotowane produkty powinny uwzględniać co najmniej takie elementy jak: logo identyfikujące Zamawiającego, główne hasło Kampanii, dla większych formatów adres strony internetowej www.bhpnatak.pl.
- 5.1.3.6. Wszystkie bannery przygotowane przez Wykonawcę muszą być dostarczone Zamawiającemu na elektronicznym nośniku informacji w wersjach edytowalnych (PDF i EPS), a także w formatach JPG, PNG (dla bannerów animowanych poszczególne sekwencje animacji) i HTML5. Do plików edytowalnych muszą być dołączone wszystkie wykorzystane zdjęcia, grafiki i fonty użyte w projektach wraz z wymaganymi licencjami/prawami na wykorzystanie. Zamawiający oczekuje, że Wykonawca opracuje projekty z wykorzystaniem ogólnodostępnych, darmowych fontów, np. fontów Google. Ewentualne zdjęcia powinny być dostarczone w rozdzielczości 300 dpi.
- 5.1.4. Wszystkie koszty związane z przygotowaniem bannerów internetowych, a także Strategii, Media planu i Raportu, łącznie z pozyskaniem praw do wizerunków osób utrwalonych na fotografiach oraz przeniesieniem ich na Zamawiającego, Wykonawca wliczy w cenę oferty.

- 5.2. Działania promocyjne Kampanii w Internecie – emisja w Internecie bannerów i innych form reklamy:

5.2.1. Emisje reklam w co najmniej jednej wyszukiwarce internetowej, z zastosowaniem przekierowania na stronę internetową www.bhpnatak.pl użytkowników wg. tematyki najczęściej wyszukiwanej przez grupy docelowe, a także tematyką związaną z przemysłem przetwórczym, bezpieczeństwem pracy, ryzykiem zawodowym i wypadkami przy pracy. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie wskazane w ofercie kliknięcia w reklamę przekierowującą na stronę internetową www.bhpnatak.pl. Wykonawca przygotuje listę słów kluczowych (z ewentualnymi słowami wykluczającymi), które pozwolą na precyzyjne dotarcie do grup docelowych, a także propozycję reklam tekstowych, spełniających wymagania systemu reklam wyszukiwarki internetowej/wyszukiwarek internetowych, zgodnych ze specyfiką Kampanii (m.in. kontekst związany z przemysłem przetwórczym, bezpieczeństwem pracy, wypadkami przy pracy, ryzykiem zawodowym) i wytycznymi Zamawiającego. Reklamy nie mogą wprowadzać odbiorców w błąd, a ich treść i sposób wyświetlania ma wyeliminować przypadkowe kliknięcia osób spoza grup docelowych.

Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie liczbę kliknięć wykonanych przez użytkowników wyszukiwarki/wyszukiwarek internetowych na poziomie wskazanym w ofercie. **Emisja skierowana do grupy docelowej wskazanej w pkt 3.1. (pracownicy).**

5.2.2. Emisje reklam w sieci reklamowej np. GDN, z zastosowaniem przekierowania użytkowników wg. tematyki najczęściej wyszukiwanej przez grupy docelowe, a także tematyką związaną z przemysłem przetwórczym, bezpieczeństwem pracy, ryzykiem zawodowym i wypadkami przy pracy. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane kliknięcia w reklamy przekierowujące na stronę internetową www.bhpnatak.pl. Wykonawca przygotuje propozycje reklam spełniających wymagania systemu reklamowego oraz zgodnych ze specyfiką Kampanii i wytycznymi Zamawiającego. W celu uniknięcia emisji reklam w środowisku, które mogłoby negatywnie wpłynąć na odbiór reklamy i wizerunek urzędu oraz w miejscach, które nie są adresowane do grup docelowych, Wykonawca wykluczy strony niezgodne z wymogami Zamawiającego wskazanymi w pkt. 5.4. Reklamy nie mogą wprowadzać odbiorców w błąd, a mechanizm ich wyświetlania (słowa kluczowe, miejsca wyświetlania reklam) ma wyeliminować przypadkowe kliknięcia osób spoza grup docelowych.

Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie liczbę kliknięć wykonanych przez użytkowników portali sieci reklamowej na poziomie wskazanym w ofercie. **Emisja skierowana do grupy docelowej wskazanej w pkt 3.1 (pracownicy).**

- 5.2.3. Emisje bannerów na co najmniej dwóch portalach internetowym z ofertami pracy z wyłączeniem serwisu LinkedIn, z zastosowaniem przekierowania użytkownika na stronę internetową www.bhpnatak.pl, przy spełnieniu wymogu, że:
- a) pojedynczy portal miał liczbę miesięcznych wizyt na poziomie min. 100 000 (np. wg. danych SimilarWeb z październik 2025);
 - b) łączna liczba ogłoszeń w kategoriach lub podkategoriach związanych z poszukiwaniem pracy opublikowanych w każdym z portali jest większa niż 30 000.

Emitowane bannery będą dostosowane do różnych typów urządzeń (stacjonarnych i mobilnych), nie mniej niż jeden format dla każdego urządzenia. Przykładowy portale o tematyce poszukiwania pracy: praca.pl, pracuj.pl, gowork.pl, olx.pl (kategoria – Praca). Zamawiający dopuszcza realizację zaoferowanych przez Wykonawcę kliknięć za pośrednictwem zewnętrznej sieci reklamowej, przy czym zaoferowane w taki sposób kliknięcia w bannery umieszczone w portalach z ogłoszeniami o pracę, nie mogą się zawierać w liczbie zaoferowanych kliknięć w reklamy emitowane za pośrednictwem sieci reklamowej, o których mowa w pkt 5.2.2. **Emisja skierowana do grupy docelowej wskazanej w pkt 3.1 (pracownicy).**

- 5.2.4. Emisje bannerów na co najmniej jednym portalu internetowym o charakterze informacyjnym, z zastosowaniem przekierowania użytkownika na stronę internetową www.bhpnatak.pl, przy spełnieniu wymogu, że pojedynczy portal miał liczbę miesięcznych użytkowników (real users). na poziomie min. 3,44 mln (np. wg. danych Mediapanel w kategorii „informacje i publicystyka – ogólnie” za październik 2025). Emitowane bannery będą dostosowane do różnych typów urządzeń (stacjonarnych i mobilnych), nie mniej niż jeden format dla każdego urządzenia. Przykładowy portale o tematyce informacyjnej: onet.pl, wp.pl, interia.pl. Zamawiający dopuszcza realizację zaoferowanych przez Wykonawcę kliknięć za pośrednictwem zewnętrznej sieci reklamowej, przy czym zaoferowane w taki sposób kliknięcia w bannery umieszczone w portalach informacyjnych, nie mogą się zawierać w liczbie zaoferowanych kliknięć w reklamy emitowane za pośrednictwem

sieci reklamowej, o których mowa w pkt 5.2.2. **Emisja skierowana do grupy docelowej wskazanej w pkt 3.1 (pracownicy).**

- 5.2.5. Emisja 30-sekundowego spotu Kampanii w serwisie YouTube. Spot kampanii wyświetlany będzie przed innymi filmami w YouTube, w trakcie lub po nich. Wykonawca dokona analizy treści dostępnych w serwisie, która pozwoli na dostosowanie emisji pod kątem dotarcia do grup docelowych, a także wykluczy kanały i/lub filmy, niezgodne z wymogami Zamawiającego wskazanymi w pkt 5.4.1 c), które mogłyby negatywnie wpłynąć na odbiór reklamy i wizerunek urzędu. Spot Kampanii dostępny jest do obejrzenia na stronie internetowej www.bhpnatak.pl. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie odtworzenia reklamy w całości (pełne 30 sekund). Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie liczbę pełnych (30-sekundowych) odtworzeń spotu przez użytkowników serwisu YouTube na poziomie wskazanym w ofercie. **Emisja skierowana do grup docelowych wskazanych w pkt 3.1 (pracownicy) i 3.2 (pracodawcy).**
- 5.2.6. Działania w ramach działań promocyjnych Kampanii w Internecie muszą być prowadzone jedynie w polskojęzycznych portalach internetowych.
- 5.3. Zapewnienie monitorowania przebiegu działań promocyjnych Kampanii w Internecie oraz podsumowanie ich efektywności i przedstawienie wyników w postaci Raportu.
- 5.3.1. Wykonawca we współpracy z Zamawiającym, przed rozpoczęciem emisji poszczególnych form reklam, skonfiguruje narzędzia do zbierania statystyk strony www.bhpnatak.pl, w sposób umożliwiający śledzenie wejść ze wszystkich form prowadzonych działań promocyjnych w Internecie. Wykonawca będzie na bieżąco (w dni robocze) monitorować w Google Analytics 4 (GA4) czas przebywania użytkowników na stronie oraz takie parametry jak np. zaangażowanie po wejściu na stronę w wyniku kampanii internetowej. Na podstawie zebranych danych, Wykonawca będzie rekomendować Zamawiającemu ewentualne zmiany na stronie Kampanii, a także proponować optymalizację reklam – w tym dobór treści oraz linkowanie do konkretnych podstron. Zasady współpracy w zakresie optymalizacji Kampanii zostaną określone w Strategii i będą aktualizowane na bieżąco po akceptacji Zamawiającego.
- 5.3.2. Wykonawca zapewni Zamawiającemu co najmniej bierny dostęp do narzędzi reklamowych (do odczytu) w celu bieżącego monitorowania ustawień reklam i

efektów działań promocyjnych Kampanii, a także z możliwością samodzielnego generowania raportów.

5.3.3. Opracowanie Raportu, zawierającego podsumowanie i szczegóły realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie, z informacjami o uzyskanych wskaźnikach i udokumentowaniem opublikowanych poszczególnych form reklam w postaci zrzutów ekranu (screenshots), z wykorzystywanych w promocji portali lub zrzutów ekranowych z systemów reklamowych, wykorzystywanych przy promocji w sieciach reklamowych (np. GDN) Porównanie realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie ze Strategią realizacji oraz wskazanych w ofercie wskaźników medialnych, z faktycznie uzyskanymi w czasie trwania działań promocyjnych, wnioski z emisji poszczególnych form reklamy wraz z rekomendacjami.

5.4. Pozostałe wymogi dotyczące wykonania przedmiotu zamówienia:

5.4.1. Przy realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie, Zamawiający wyklucza:

- a) wykorzystanie agresywnych form emisji, np. automatyczne uruchamianie nowych okienek (kart) na warstwie, a także tzw. reklam pływających (floating ads),
- b) wykorzystanie form reklamy, które pozwalają odbiorcom na dodawanie komentarzy,
- c) realizację działań promocyjnych Kampanii w portalach internetowych, które w negatywny sposób mogłyby wpłynąć na promocję tematyki bezpieczeństwa pracy i zapobieganie wypadkom przy pracy, zawierających treści wulgarne i nieobyczajne, bezpośrednio lub pośrednio namawiających do zachowań niezgodnych z prawem, a także portalach, serwisach, blogach, forach internetowych, których negatywny wizerunek lub kontekst publikowanych materiałów mogłyby w niekorzystny sposób oddziaływać na wizerunek Zamawiającego,
- d) realizację działań promocyjnych Kampanii za pośrednictwem serwisów społecznościowych Facebook, TikTok, Instagram oraz portali typu Cda.pl, Chomikuj.pl, Wykop.pl itp.