Załącznik nr 1 do Ogłoszenia o przeprowadzeniu wstępnych Konsultacji rynkowych

**Opis Przedmiotu Konsultacji**

1. **PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie w Internecie działań promocyjnych kampanii informacyjno-edukacyjnej „Legitna praca”, mającej na celu upowszechnianie wiedzy o przepisach prawa pracy dotyczących zatrudniania i kształtowania świadomości wśród osób w wieku 14-24 lata. Działania promocyjne kampanii w Internecie zostaną przeprowadzone z uwzględnieniem odpowiednich grup docelowych i kalendarza emisji. W skład przedmiotu zamówienia wchodzą następujące zadania:

* 1. przygotowanie realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie, w tym: opracowanie strategii i media planu oraz przygotowanie do emisji bannerów i innych form reklamy (m.in. artykułów sponsorowanych, reklam w wyszukiwarce/wyszukiwarkach internetowych oraz na portalach internetowych),
  2. realizacja działań promocyjnych kampanii w Internecie - emisje w Internecie bannerów i innych form reklamy,
  3. zapewnienie monitorowania działań promocyjnych kampanii w Internecie,
  4. podsumowanie efektywności działań promocyjnych kampanii w Internecie i przedstawienie wyników w postaci raportu.

1. **TERMIN REALIZACJI DZIAŁAŃ W INTERNECIE**

Termin działań promocyjnych kampanii w Internecie – 90 dni kalendarzowych od podpisania umowy zgodnie z harmonogramem ustalonym między Wykonawcą a Zamawiającym, w tym:

* 1. emisje bannerów w serwisach internetowych – przez 35 dni kalendarzowych,
  2. emisje 2 artykułów sponsorowanych w serwisach internetowych
     1. w każdym serwisie internetowym od momentu publikacji przez minimum 14 kalendarzowych dni będzie emitowany jeden artykuł i przez minimum 14 dni kalendarzowych drugi artykuł, dodatkowo - jeżeli dany serwis internetowy umożliwia dalszą emisję, to artykuły zostaną na jego stronach po zakończeniu działań promocyjnych kampanii,
     2. ponadto każdy artykuł lub jego „zajawka” zostanie wyemitowany na stronie głównej danego serwisu internetowego przez minimum 14 dni, skrócenie tego terminu jest możliwe w sytuacji wymienionej pkt. 5.2.3.2.
  3. emisje reklam w wyszukiwarce/wyszukiwarkach internetowych, w sieci wyszukiwarek internetowych oraz w serwisie YouTube przez 35 dni kalendarzowych lub do osiągnięcia zadeklarowanych wskaźników medialnych, jednak nie krócej niż 35 dni kalendarzowych i nie dłużej niż 56 dni kalendarzowych.
  4. emisje reklam na TikToku, Instagramie, Facebooku przez minimum 35 dni kalendarzowych.

1. **CELE DZIAŁAŃ PROMUJĄCYCH KAMPANIĘ W INTERNECIE**
   1. Główne cele:
      1. upowszechnianie wiedzy o przepisach prawa pracy dot. zatrudniania;
      2. kształtowanie świadomości zagrożeń zawodowych występujących

w środowisku pracy;

* + 1. informowanie o możliwościach skorzystania z pomocy merytorycznej udzielanej przez Państwową Inspekcję Pracy przy eliminowaniu nieprawidłowości w zatrudnieniu;
    2. tworzenie kultury bezpieczeństwa wśród młodych pracowników, poprzez kreowanie postaw i wartości związanych z eliminowaniem ryzyka zawodowego.
  1. Cele szczegółowe
     1. precyzyjne i maksymalnie szerokie dotarcie z przekazem do mediowych grup docelowych, za pośrednictwem odpowiednio dobranych narzędzi reklamy internetowej,
     2. maksymalizacja wizyt na stronie docelowej Kampanii, tj. [www.prawawpracy.pl](http://www.prawawpracy.pl).

1. **GRUPY DOCELOWE MEDIOWE** 
   1. Uczniowie klas 7-8 szkoły podstawowej oraz uczniowie szkół ponadpodstawowych;
   2. Studenci.
2. **WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA I OBOWIĄZKI WYKONAWCY**
   1. Przygotowanie realizacji działań promocyjnych w Internecie
      1. Wykonawca dokona analizy kanałów i serwisów internetowych pod kątem ich dostosowania do grup docelowych, celów i tematyki kampanii PIP. Na tej podstawie Wykonawca opracuje strategię realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie, zwaną dalej „**Strategią**”. Ze względu na specyfikę grup docelowych, Wykonawca zastosuje podejście „mobile first” z jednoczesnym zagwarantowaniem responsywności wszystkich form reklamy.
      2. Wykonawca opracuje szczegółowy media plan działań promocyjnych Kampanii w Internecie, zwany dalej „**Media Planem**”, według którego, po akceptacji Zamawiającego, zrealizuje działania promocyjne kampanii w Internecie – tj. zakupi emisję bannerów i pozostałych form reklamy.
      3. Wykonawca przygotuje i dostosuje do emisji w Internecie **bannery animowane** i inne formy reklamy zgodnie ze wskazówkami Zamawiającego**.**

Zamawiający przekaże Wykonawcy animowane bannery internetowe przygotowane na potrzeby kampanii internetowej w dniu zawarcia umowy –

w wymiarach: 970x90 px, 728x90 px, 750x200 px, 320x100 px, 300x250 px,

300x600 px, 250x250 px, 160x600 px.

Ostateczna decyzja o wyborze rodzaju emitowanych bannerów oraz technologii w jakiej zostaną one wykonane zostanie podjęta przez Zamawiającego po konsultacji z Wykonawcą i zostanie przedstawiona w szczegółowym media planie do akceptacji Zamawiającego.

* + 1. Na podstawie infografik (dwa projekty) przekazanych przez Zamawiającego Wykonawca przedstawi propozycje oraz przygotuje do emisji **dwa różne artykuły sponsorowane**, które będą stanowiły **cykl**. Każdy artykuł sponsorowany będzie zawierał jedną infografikę. Wykonawca zaproponuje zdjęcia i oprawę graficzną artykułów oraz będzie odpowiedzialny za przygotowanie ostatecznych wersji artykułów w układzie umożliwiającym emisje w serwisach internetowych, wynikających ze „Strategii” i „Media Planu”. Ponadto, Wykonawca zaprojektuje i przygotuje do emisji krótkie informacje zachęcające do przeczytania artykułów, wraz z linkami przekierowującymi internautę do danego artykułu - „zajawki”, które zostaną wyemitowane na stronach głównych serwisów internetowych.
    2. Na postawie materiałów filmowych przekazanych przez Zamawiającego, Wykonawca przedstawi propozycje **minimum dwóch reklam video 20 sekundowych** zgodnie ze specyfikacją techniczną serwisu **YouTube**. Wykonawca przygotuje propozycje reklam spełniających wymagania systemu reklamowego YouTube oraz zgodnych ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego. Wymagana rozdzielczość reklam 1080px.
    3. Na postawie materiałów filmowych przekazanych przez Zamawiającego, Wykonawca przedstawi propozycje **minimum dwóch reklam video max 60 sekund** zgodnie ze specyfikacją techniczną aplikacji **TikTok.** Wykonawca przygotuje propozycje reklam spełniających wymagania systemu reklamowego oraz zgodnych ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego. Wymagana rozdzielczość reklam 1080px x 1920px, współczynnik proporcji 9:16, przygotowane zgodnie z aktualnymi zalecaniami TikToka.
    4. Na postawie materiałów filmowych przekazanych przez Zamawiającego, Wykonawca przedstawi propozycje minimum **dwóch reklam video max 60 sekund** zgodnie ze specyfikacją techniczną aplikacji **Instagram**. Wykonawca przygotuje propozycje reklam spełniających wymagania systemu reklamowego Instagrama oraz zgodnych ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego. Umiejscowienie reklam w Aktualnościach. Wymagana rozdzielczość reklam 1080 x 1920, proporcje prostokąt 4:5, reklamy przygotowane zgodnie z aktualnymi zalecaniami Instagrama.
    5. Na postawie materiałów filmowych przekazanych przez Zamawiającego, Wykonawca przedstawi propozycje minimum **dwóch reklam video max 60 sekund** zgodnie ze specyfikacją techniczną **Facebooka** (dla urządzeń mobilnych i desktopów). Wykonawca przygotuje propozycje reklam spełniających wymagania systemu reklamowego. Umiejscowienie reklam w Aktualnościach. Współczynnik proporcji: 1:1 (tylko dla komputerów lub urządzeń mobilnych) lub 4:5 (tylko dla urządzeń mobilnych). Wymagana rozdzielczość reklam 1080px x 1080px. Reklamy przygotowane zgodnie z aktualnymi zalecaniami Facebooka.
    6. Żadna z reklam nie może wprowadzać odbiorców w błąd, a ich treść i sposób wyświetlania ma wyeliminować przypadkowe kliknięcia osób spoza grup docelowych.
    7. Wszystkie reklamy video powinny zostać przygotowane z napisami i dźwiękiem, być dostępne dla osób z niepełnosprawnościami.
    8. Wszystkie reklamy muszą być zgodne ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego.
  1. Działania promocyjne kampanii w Internecie - emisja w Internecie bannerów i innych form reklamy:
     1. Emisje reklam - **w kanale YouTube** z zastosowaniem przekierowania użytkowników należących do grup docelowych na stronę www.prawawpracy.pl. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane przez siebie kliknięcia w reklamę przekierowującą na stronę internetową www.prawawpracy.pl. 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 kanały i filmy niezgodne z wytycznymi Zamawiającego.
     2. **Emisja animowanych bannerów** w co najmniej dwóch serwisach internetowych, w których docelowe grupy mediowe szukają ofert zatrudnienia z zastosowaniem przekierowania użytkownika na stronę internetową www.prawawpracy.pl. Serwisy spełniające wymagania Zamawiającego powinny przede wszystkim zawierać oferty pracy, dodatkowo porady związane z zatrudnieniem, np. pracuj.pl, gowork.pl, praca.pl. Zamawiający wymaga zapewnienia emisji reklam w minimum 2 serwisach ogólnopolskich, przy założeniu, że dwa największe z zaproponowanych serwisów miały w marcu 2022 r. łącznie minimum 8 500 000 realnych użytkowników (dane na podstawie Mediapanel Gemius/PBI – wszyscy polscy internauci lub równoważne). Bannery animowane emitowane w ww. serwisach powinny być zamieszczone na stronie głównej, najlepiej w górnym slocie reklamowym serwisu. Zamawiający dopuszcza reklamę poza górnym slotem reklamowym na stronie głównej serwisu, jeżeli reklama w górnym slocie reklamowym jest niedostępna. W takim przypadku Zamawiający może żądać od Wykonawcy pisemnego potwierdzenia tego faktu, uzyskanego od osoby upoważnionej z ramienia danego serwisu internetowego. Wykonawca dostosuje bannery do różnych typów urządzeń (mobilnych i stacjonarnych). Wykonawca zagwarantuje naprzemienne emitowanie bannerów w cyklach tygodniowych, tj. 1 banner przez pierwszy tydzień, 2 banner przez drugi tydzień itd. Chyba że nie będzie to możliwe ze względu na ograniczenia danego serwisu internetowego, wówczas Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu inne rozwiązanie.
     3. **Emisje artykułów sponsorowanych** w co najmniej dwóch serwisach internetowych, w których grupy docelowe mediowe szukają ofert zatrudnienia zgodnych ze specyfikacją podaną w punkcie 5.2.2:
        1. **Emisje artykułów sponsorowanych w serwisach internetowych.** W trakcie trwania działań promocyjnych kampanii w Internecie w jednym serwisie internetowym od momentu publikacji przez minimum 14 dni kalendarzowych będzie emitowany pierwszy artykuł i przez minimum 14 dni kalendarzowych drugi artykuł. Jeżeli serwis internetowy umożliwia dalszą emisję bez dodatkowych kosztów po zakończeniu działań promocyjnych kampanii, to artykuły zostaną na jego stronach. W każdym serwisie internetowym Wykonawca powinien wyemitować **minimum 2 różne artykuły**, które będą stanowiły cykl.
        2. **Wykonawca zapewni emisje na stronach głównych serwisów**. Jeżeli artykuł sponsorowany ze względu na układ portalu nie będzie mógł być umieszczony na stronie głównej serwisu internetowego, to Zamawiający dopuszcza publikację na stronie głównej „zajawki” tj. krótkiej informacji zachęcającej do przeczytania artykułu z linkiem przekierowującym internautę do tego artykułu. Minimalny czas emisji jednego artykułu lub ”zajawki” na stronie głównej danego serwisu wyniesie 2 tygodnie. Jeżeli ze względu na zasady serwisu internetowego, nie będzie możliwa na stronie głównej 2-tygodniowa emisja artykułu lub 2-tygodniowa emisja „zajawki”, to Zamawiający dopuszcza skrócenie emisji na stronie głównej zgodne z zasadami danego serwisu – w takim przypadku Wykonawca przedstawi Zamawiającemu pisemne wyjaśnienie w tej sprawie. Początek emisji drugiego artykułu/zajawki nastąpi w terminie 2 tygodni od rozpoczęcia emisji pierwszego artykułu.
     4. **Emisje reklam w przynajmniej jednej wyszukiwarce internetowej**, z zastosowaniem przekierowania użytkowników z docelowych grup mediowych zainteresowanych tematyką szukania pracy, pierwszej pracy, przepisów prawa pracy, pracy wakacyjnej, pracy dorywczej, pracy sezonowej oraz bezpieczeństwem i higieną pracy, z wykorzystaniem odpowiednio dobranych słów kluczowych. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane kliknięcia w reklamę przekierowującą na stronę internetową www.prawawpracy.pl. Wykonawca przygotuje listę słów kluczowych i propozycję reklam tekstowych, spełniających wymagania systemu reklam przeglądarki internetowej, zgodnych ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego. Reklamy nie mogą wprowadzać odbiorców w błąd, a ich treść i sposób wyświetlania ma wyeliminować przypadkowe kliknięcia osób spoza grup docelowych.
     5. **Emisje reklam na TikToku** (TopView i In-Feed Ads) z zastosowaniem przekierowania użytkowników należących do grup docelowych na stronę www.prawawpracy.pl. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane przez siebie kliknięcia w reklamę, przekierowującą na stronę internetową www.prawawpracy.pl. 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 miejsca niezgodne z wytycznymi Zamawiającego.
     6. **Emisje reklam na Instagramie i Facebooku w Aktualnościach** z zastosowaniem przekierowania użytkowników należących do grup docelowych na stronę www.prawawpracy.pl. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane przez siebie kliknięcia w reklamę przekierowującą na stronę internetową www.prawawpracy.pl. 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 miejsca niezgodne z wytycznymi Zamawiającego.
  2. Zapewnienie monitorowania przebiegu działań promocyjnych kampanii w Internecie oraz podsumowanie ich efektywności i przedstawienie wyników w postaci raportu.
     1. Wykonawca we współpracy z Zamawiającym przed rozpoczęciem emisji poszczególnych form reklam skonfiguruje narzędzia do zbierania statystyk strony www.prawawpracy.pl, w sposób umożliwiający śledzenie wejść ze wszystkich form prowadzonych działań promocyjnych w Internecie.
     2. Wykonawca zapewni Zamawiającemu przynajmniej bierny dostęp do narzędzi reklamowych (do odczytu) w celu bieżącego podglądu efektów działań promocyjnych kampanii w Internecie i do generowania raportów.
     3. Opracowanie raportu zawierającego podsumowanie i szczegóły realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie, w tym co najmniej informowanie nt. uzyskanych wskaźników wraz z udokumentowaniem opublikowanych poszczególnych form reklam w postaci zrzutów ekranu (screenshots), porównania realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie ze strategią realizacji oraz założonych parametrów medialnych z faktycznie uzyskanymi w czasie trwania działań promocyjnych, wniosków z emisji poszczególnych form reklamy wraz z rekomendacjami.
  3. Pozostałe uwagi dotyczące przedmiotu zamówienia
     1. Przy realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie Zamawiający wyklucza: realizację działań promocyjnych kampanii za pośrednictwem serwisów typu Cda.pl, Chomikuj.pl, Wykop.pl itp., witryn o charakterze tabloidowym, a także serwisów, blogów, forów internetowych, których negatywny wizerunek lub kontekst publikowanych materiałów mogłyby w niekorzystny sposób oddziaływać na wizerunek Zamawiającego.
     2. Wykonawca zapewni zablokowanie możliwości komentowania reklam wszędzie, gdzie jest to technicznie możliwe.
     3. Działania w ramach działań promocyjnych kampanii w Internecie muszą być prowadzone jedynie w polskojęzycznych serwisach internetowych i w polskojęzycznych wersjach wyszukiwarek internetowych.

**Załącznik nr 2 do ogłoszenia o przeprowadzeniu wstępnych konsultacji rynkowych**

1. Identyfikacja wizualna nr 1
   1. Logo kampanii PIP – przykładowe wersje





* 1. Przykładowe bannery animowane

**  **

  

c) przykładowe infografiki

 ****

Pliki z materiałami (zestawy bannerów animowanych wraz identyfikacją wizualną ) zostaną przekazane Wykonawcy wyłonionemu w toku planowanego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.