

## **Opis przedmiotu zamówienia (OPZ) – zadanie 2: kampania w Internecie**

### **1. Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja w Internecie działań promocyjnych kampanii „Budowa. STOP wypadkom!” (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) oraz infografik;
  - 1.2. realizacja działań promocyjnych Kampanii w Internecie - zgodnie z zaproponowaną przez Wykonawcę Strategią działań, w tym:
    - 1.2.1. emisje bannerów na portalach internetowych o tematyce budowlanej,
    - 1.2.2. emisje reklam w wyszukiwarce internetowej/wyszukiwarkach internetowych,
    - 1.2.3. emisje reklam w sieci reklamowej, np. GDN,
    - 1.2.4. emisja reklam na internetowym/ch portalu/ach ogłoszeniowym/ych,
    - 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 - 90 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy, w tym:
- 2.1. emisje bannerów w portalach internetowych o tematyce budowlanej – 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 wyszukiwarce/ wyszukiwarkach internetowych oraz w sieci reklamowej (np. GDN) - w formach wynikających ze Strategii, przygotowanej przez Wykonawcę – 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 ogłoszeniowym/ych – 42 dni kalendarzowe. Jednocześnie w przypadku nieosiągnięcia wskazanej w ofercie liczby wyświetleń w czasie 42 dni emisji, Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji, jednak nie dłużej niż o 7 dni kalendarzowych,
- 2.4. 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,
- 2.5. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego Strategię, Media plan, bannery i inne formy reklam internetowych, 3 infografiki oraz Raport, zgodnie z poniższym harmonogramem:
  - 2.5.1. Strategia – nie później niż 5 dni roboczych od dnia zawarcia umowy. Akceptacja Strategii przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 2 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.
  - 2.5.2. Media plan – nie później niż 3 dni roboczych od akceptacji przez Zamawiającego Strategii. Akceptacja Media planu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 2 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.
  - 2.5.3. 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 w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie

3 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.

2.5.4. Infografiki - nie później niż 15 dni roboczych od dnia zawarcia umowy. Akceptacja infografik przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 5 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 5 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zamawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawione zgodnie z uwagami infografiki. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.

2.5.5. 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 w terminie 2 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.

2.6. Wszelkie działania związane z realizacją przedmiotu zamówienia (realizacja i podpisanie protokołu odbioru) muszą być zakończone do 10 grudnia 2024 r.

### 3. Grupy docelowe:

3.1. Główna grupa docelowa: osoby podejmujące pracę w budownictwie, w szczególności wykwalifikowani i niewykwalifikowani robotnicy budowlani,

3.2. Dodatkowa grupa docelowa: pracodawcy prowadzący firmy budowlane, w tym w szczególności pracodawcy zatrudniający w swoich firmach do 50 osób.

### 4. Cele działań promujących Kampanię w Internecie:

#### 4.1. Główne cele działań:

4.1.1. pracownicy budowlani - uświadomienie im zagrożeń na placu budowy, oraz wyposażenie w wiedzę nt. sposobów zachowania się w sytuacjach potencjalnie niebezpiecznych, a także oddziaływanie na zmianę postrzegania i przestrzegania podstawowych obowiązków pracowniczych, w tym dotyczących stosowania ochron osobistych i stosowania się do obowiązujących na budowie zasad i procedur bezpieczeństwa;

- 4.1.2. pracodawcy prowadzący firmy budowlane – zwrócenie ich uwagi na obowiązki pracodawców w zakresie zapewnienia pracownikom bezpiecznych warunków pracy;
    - 4.1.3. edukacja grup docelowych na temat obowiązujących przepisów i zasad bhp w budownictwie, a także zwrócenie uwagi na zagrożenia wypadkowe występujące na placu budowy.
  - 4.2. Szczegółowe cele działań: dotarcie z przekazem do grup docelowych, za pośrednictwem co najmniej narzędzi określonych w pkt 2.1 – 2.4.
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,
    - 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 i statyczne 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 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.
      - 5.1.3.3. Wykonawca przygotuje co najmniej jeden banner i/lub jedną formę reklamy internetowej do każdego zaproponowanego do emisji portalu internetowego.
      - 5.1.3.4. Po kliknięciu w banner lub inną formę reklamy internetowej powinno nastąpić automatyczne przekierowanie użytkownika na stronę Kampanii [www.bhpnatak.pl](http://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, logo kampanii, główne hasło Kampanii, dla większych formatów adres strony internetowej [www.bhpnatak.pl](http://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. Przygotowanie infografik na potrzeby Kampanii:

5.1.4.1. Wykonawca zaprojektuje i wykona skład graficzny 3 infografik związanych z tematyką bezpieczeństwa pracy w budownictwie.

5.1.4.2. Infografiki zostaną zaprojektowane z wykorzystaniem materiałów własnych Wykonawcy, a także danych przekazanych przez Zamawiającego. Muszą być spójne graficznie z kreacją Kampanii i infografikami przygotowanymi na zlecenie Zamawiającego w 2022 roku (infografiki są dostępne na stronie kampanii [www.bhpnatak.pl](http://www.bhpnatak.pl)).

5.1.4.3. Infografiki muszą być przygotowane w sposób umożliwiający wykorzystanie ich na stronie internetowej Kampanii [www.bhpnatak.pl](http://www.bhpnatak.pl) (rozdzielczość infografiki w podstawie min. 1280 px), a także w sposób umożliwiający wykorzystanie ich jako reklamy prasowej (przewidywany format druku w prasie: 210x148,4 mm).

5.1.4.4. Szczegółową tematykę każdej z infografik Zamawiający prześle Wykonawcy w dniu podpisania Umowy.

5.1.4.5. Każda infografika musi zawierać: logo identyfikujące Zamawiającego, logo kampanii, główne hasło Kampanii, adres strony internetowej [www.bhpnatak.pl](http://www.bhpnatak.pl).

5.1.4.6. Wszystkie projekty graficzne infografik powinny być dostarczone na elektronicznym nośniku informacji w plikach otwartych umożliwiających edycję w środowisku Windows w programach InDesign, Photoshop, Illustrator w wersji od CS6, a także pliki w formacie PDF, infografiki przygotowane i gotowe do druku offsetowego. Dodatkowo Wykonawca

przygotuje wersje podglądowe plików w formacie JPG. Na nośniku 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.

- 5.1.5. Wszystkie koszty związane z przygotowaniem bannerów internetowych i infografik, 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. Emisja bannerów w co najmniej 3 portalach internetowych o tematyce budowlanej z zastosowaniem przekierowania użytkownika na stronę internetową [www.bhpnatak.pl](http://www.bhpnatak.pl), przy spełnieniu wymogu, że pojedynczy portal miał w sierpniu 2023 liczbę miesięcznych wizyt (np. wg. danych SimilarWeb) na poziomie min. 500000. Bannery będą dostosowane do różnych typów urządzeń (stacjonarnych i mobilnych). Przykładowe portale o tematyce budowlanej: [kb.pl](http://kb.pl), [muratorplus.pl](http://muratorplus.pl), [murator-dom.pl](http://murator-dom.pl), [budujemydom.pl](http://budujemydom.pl).

Jednocześnie Zamawiający wyklucza emisję bannerów Kampanii na portalach:

- a) o tematyce urządzania wnętrz, np. [urządzamy.pl](http://urządzamy.pl), [czasnawnetrze.pl](http://czasnawnetrze.pl),
- b) pośrednictwa obrotu i wynajmu nieruchomości,
- c) z ofertami firm developerskich.

Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie liczbę kliknięć wykonanych przez użytkowników portali o tematyce budowlanej na poziomie wskazanym w ofercie.

- 5.2.2. Emisje reklam w co najmniej jednej wyszukiwarce internetowej, z zastosowaniem przekierowania na stronę internetową [www.bhpnatak.pl](http://www.bhpnatak.pl) użytkowników zainteresowanych tematyką budownictwa, a także bezpieczeństwem pracy w branży budowlanej. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie wskazane w ofercie kliknięcia w reklamę przekierowującą na stronę internetową [www.bhpnatak.pl](http://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 branżą budowlaną, pracą na budowie, bezpieczeństwem pracy w budownictwie) 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.

- 5.2.3. Emisje reklam w sieci reklamowej np. GDN, z zastosowaniem przekierowania użytkowników zainteresowanych tematyką związaną budownictwem, a także bezpieczeństwem pracy w branży budowlanej. Wykonawca zagwarantuje poprzez to zadanie zaoferowane kliknięcia w reklamy przekierowujące na stronę internetową [www.bhpnatak.pl](http://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.

- 5.2.4. Emisje bannerów w co najmniej jednym portalu ogłoszeniowym, w którym dostępne są kategorie lub podkategorie ogłoszeń o tematyce związanej z budownictwem (np. Budowa i remont, Wypożyczalnia maszyn, urządzeń i narzędzi budowlanych) z zastosowaniem przekierowania użytkownika na stronę internetową [www.bhpnatak.pl](http://www.bhpnatak.pl), przy spełnieniu wymogu, że:
- a) pojedynczy portal miał liczbę miesięcznych wizyt na poziomie min. 150 000 (np. wg. danych SimilarWeb z sierpnia 2023).
  - b) łączna liczba ogłoszeń w kategoriach lub podkategoriach związanych z budownictwem opublikowanych w każdym z portali jest większa niż 50 000.

Emitowane bannery będą dostosowane do różnych typów urządzeń (stacjonarnych i mobilnych), nie mniej niż jeden format dla każdego urządzenia. Przykładowy portal o tematyce ogłoszeniowej: [olx.pl](http://olx.pl) (kategorie - Budowa i remont, Wypożyczalnia/Urządzenia, maszyny, narzędzia).

Wykonawca zagwarantuje poprzez to działanie liczbę 350 000 wyświetleń bannerów na portalu/ach ogłoszeniowym/ch.

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](http://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.

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](http://www.bhpnatak.pl), w sposób umożliwiający śledzenie wejść ze wszystkich form prowadzonych działań promocyjnych w Internecie.

5.3.2. Wykonawca zapewni Zamawiającemu co najmniej bierny dostęp do narzędzi reklamowych (do odczytu) w celu podglądu efektów działań promocyjnych Kampanii i 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 portali o tematyce budowlanej oraz ogłoszeniowych, 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 oraz serwisie YouTube, które w negatywny sposób mogłyby wpłynąć na promocję tematyki bezpieczeństwa pracy w budownictwie, 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 typu LinkedIn, Facebook, Google+, Instagram oraz portali typu Cda.pl, Chomikuj.pl, Wykop.pl itp., witryn o charakterze tabloidowym.