

## Wariant I

1. Proponuję poniższe działania promocyjne kampanii „Cudzoziemcy w pracy” w Internecie, które zapewnią obejrzenia filmów w całości w serwisach You Tube, Instagram, Facebook LinkedIn oraz kliknięcia w reklamę w przypadku GDN. Zamawiający nie jest zainteresowany wyświetlaniem fragmentu filmu. Wycena zawiera wszystkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem i rozliczeniem działań w ramach budżetu w wysokości 243 902,44 zł (bez podatku od towarów i usług) przy założeniu maksymalizacji dotarcia do grupy docelowej kampanii i czasie trwania kampanii 35 dni kalendarzowych:

Lp.	Serwis internetowy	Rodzaj reklamy (np. video in stream, in feed ads)	Czas trwania reklamy	Wskaźnik mierzenia skuteczności reklamy, <u>przy założeniu, że rozliczenie wskaźnika CPV następuje po faktycznym obejrzeniu filmu</u>	Wartość liczbową zaproponowanego wskaźnika, do osiągnięcia przez Wykonawcę	Koszt netto	Stawka VAT	Koszt brutto	W przypadku zastrzeżenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać „Tak”
1.	YouTube	In-stream	30 s	Obejrzenie reklamy w 100%	400 000	PLN 25 600,00	23%	PLN 31 488,00	
2.	Instagram	video in-feed	15 s	Obejrzenie reklamy w 100%	300 000	PLN 56 520,00	23%	PLN 69 519,60	
3.	Facebook	reklama karuzelowa	-	Kliknięcie	40 000	PLN 900,00	23%	PLN 1 107,00	
4.	LinkedIn	reklama karuzelowa		Kliknięcie	14 000	PLN 630,00	23%	PLN 774,90	
5.	GDN	display	-	Kliknięcie	100 000	PLN 150 000,00	23%	PLN 184 500,00	
6.	<b>SUMA KOSZTÓW</b>					<b>PLN 233 650,00</b>		<b>PLN 287 389,50</b>	

## 2. Dodatkowe uwagi :

2.1. W kosztach emisji zawarto prowizję agencji.

2.2. YouTube działa w modelu CPV (koszt za obejrzenie), co pozwala na precyzyjne oszacowanie wyników i rozliczenie wyłącznie za zrealizowane obejrzenia. W związku z tym, przy tej platformie możliwe jest zapewnienie gwarancji wyników.

Dla formatu Video In-feed na serwisie Instagram zakup odbywa się w modelu CPM (koszt za 1000 wyświetleń), co oznacza brak bezpośredniego przełożenia na liczbę faktycznych obejrzeń. Na podstawie danych historycznych estymujemy, że aby osiągnąć 300 000 pełnych obejrzeń, konieczne będzie wygenerowanie około paru milionów wyświetleń. Z racji braku wcześniejszych realizacji dla tego podmiotu oraz dużego wpływu atrakcyjności materiałów reklamowych na zaangażowanie użytkowników, nie możemy w inny sposób zagwarantować osiągnięcia założonych wyników dla tego formatu.

W przypadku formatu Karuzela (carousel), w kampaniach nastawionych na ruch, rozliczenie odbywa się w modelu CPC (koszt za kliknięcie). W briefie wskazano konieczność rozliczenia za obejrzenia, co nie jest możliwe w tym formacie. Dlatego wycena została przygotowana w modelu CPM – najbardziej zbliżonym do CPV – jednak bez 100% gwarancji pełnego, faktycznego obejrzenia spotu reklamowego.

W przypadku GDN (Google Display Network), reklamy display są rozliczane w modelu CPM. Natomiast, bazując na danych historycznych CPC (kosztu za kliknięcie, w tym media), byliśmy w stanie przyjąć średni koszt kliknięcia i na tej podstawie obliczyć estymowany budżet kampanii GDN.

2.3. Reasumując, zarówno pod względem efektywności, jak i przejrzystości rozliczeń, rekomendujemy kampanie w wariantach wycenionych w przesłanym piśmie ofertowym z dn. 11.04.2025.