Załącznik numer 1 do wniosku

**Opis Przedmiotu Zamówienia**

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 reklam do emisji,
  2. realizacja działań promocyjnych kampanii w Internecie - emisje reklam   
     w Internecie,
  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 (emisja reklam) - 35 dni kalendarzowych.

1. **CELE DZIAŁAŃ PROMUJĄCYCH KAMPANIĘ W INTERNECIE**
   1. Główne cele:
      1. maksymalizacja wizyt na stronie Kampanii, tj. [www.prawawpracy.pl](http://www.prawawpracy.pl).
      2. precyzyjne i maksymalnie szerokie dotarcie z przekazem do mediowych grup docelowych, za pośrednictwem odpowiednio dobranych narzędzi reklamy internetowej,

3.2. Cele szczegółowe:

* + 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. **MEDIOWE GRUPY DOCELOWE** 
   1. Uczniowie klas 7-8 szkoły podstawowej oraz uczniowie szkół ponadpodstawowych (14-17 lat);
   2. Osoby uczące się lub podejmujące pierwszą pracę, w tym studenci (18-24 lata).
2. **WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA I OBOWIĄZKI WYKONAWCY**
   1. Przygotowanie realizacji działań promocyjnych w Internecie.
      1. Wykonawca dokona analizy serwisów internetowych i kanałów 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. Strategia będzie zawierać przynajmniej: założenia kampanii, wyjaśnienie, w jaki sposób Wykonawca zapewni dotarcie do grup docelowych kampanii oraz realizację jej celów np. poprzez kierowanie reklam, wykluczanie miejsc emisji, podanie miejsc emisji reklam wraz z uzasadnieniem poszczególnych miejsc emisji i form reklamy w odniesieniu do grup docelowych oraz ich tematyki, ewentualny sposób dostosowania filmów reklamowych do mediowych grup docelowych oraz realizacja zaoferowanych przez Wykonawcę wskaźników.
      2. Wykonawca opracuje szczegółowy media plan działań promocyjnych Kampanii w Internecie, zwany dalej „**Media Planem**”, z uwzględnieniem m.in. planowanych wskaźników dotarcia do grup docelowych z podziałem na serwisy internetowe wraz z datami planowanych emisji reklam. Po akceptacji Media Planu przez Zamawiającego Wykonawca zrealizuje działania promocyjne kampanii w Internecie – tj. zakupi emisję reklam.
      3. Żadna z reklam nie może wprowadzać odbiorców w błąd, a ich treść i sposób wyświetlania ma wyeliminować przypadkowe kliknięcia osób spoza grup docelowych.
      4. Wszystkie reklamy video powinny zostać przygotowane w dwóch wersjach: z dźwiękiem oraz z napisami i dźwiękiem.
      5. Wszystkie reklamy muszą być zgodne ze specyfiką kampanii i wytycznymi Zamawiającego.
      6. 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. Działania promocyjne kampanii w Internecie – emisja reklam w Internecie:
   3. 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 reklam wraz z rekomendacjami.
   4. Pozostałe uwagi dotyczące przedmiotu zamówienia
      1. Przy realizacji działań promocyjnych kampanii w Internecie Zamawiający wyklucza: wyświetlanie reklam w kontekście materiałów, które 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 tylko dla grup docelowych, wyłącznie polskojęzycznych odbiorców mieszkających na terenie Polski.
      4. W przypadku wycofania przez YouTube, Instagram, TikTok ww. rodzajów reklam zamawianych przez Zamawiającego, Wykonawca powiadomi o tym Zamawiającego i zaproponuje inne, dostępne rodzaje reklam wideo o możliwie podobnym czasie trwania i sposobie wyświetlania. Po uzyskaniu zgody Zamawiającego Wykonawca przygotuje zamienniki reklam do emisji po akceptacji Zamawiającego wyemituje je zamiast wycofanych przez dany serwis społecznościowy reklam.

1. **PRZYKŁADOWE PROJEKTY IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ PRZYGOTOWANE NA POTRZEBY KAMPANII „LEGITNA PRACA”.**
   1. Logo kampanii PIP – przykładowe wersje



* 1. Materiały filmowe
* 3 20 s animacje (animowane plansze),
* 5 filmów z poradami prawnymi, czas trwania każdego filmu 20-30 s,
* film „Pierwszy dzień w pracy” z udziałem Wojtka Kaczmarczyka z kanału „Do roboty”, czas trwania: 8 s, 15 s, 20 s, 30 s, 3 m 18 s.
  1. Przykładowe bannery animowane

**  **

  

* 1. Przykładowe infografiki

 

* 1. Plakaty kampanii

 

Wybrane filmy, pliki z materiałami (zestawy bannerów animowanych wraz identyfikacją wizualną ) są do pobrania ze strony kampanii [www.prawawpracy.pl](http://www.prawawpracy.pl). Wszystkie materiały zostaną przekazane Wykonawcy wyłonionemu w toku planowanego postępowania   
o udzielenie zamówienia publicznego.