

Opis Przedmiotu Konsultacji

Przygotowanie i realizacja w Internecie działań promocyjnych Kampanii „Rodzice w pracy” popularyzującej najnowsze rozwiązania prawa pracy dotyczące rodzicielstwa.

1. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie w Internecie działań promocyjnych Kampanii „Rodzice w pracy” (dalej: „Kampania”), popularyzującej najnowsze rozwiązania prawa pracy dotyczące rodzicielstwa. Działania promocyjne Kampanii w Internecie zostaną przeprowadzone z uwzględnieniem grupy docelowej oraz zgodnie z przygotowaną przez Wykonawcę strategią (dalej: „Strategia”) i media planem (dalej: „Media plan”).

2. Konsultacje mają służyć Zamawiającemu w procesie planowania i przygotowania postępowania przetargowego. Przeprowadzanie konsultacji rynkowych ma na celu uzyskanie informacji w zakresie:

- a) wyboru najlepszych rozwiązań prowadzenia kampanii w Internecie mającej na celu skuteczne dotarcie do grupy docelowej,
- b) kwestii technicznych, wykonawczych, organizacyjnych oraz logistycznych związanych z realizacją zamówienia zgodnie z potrzebami Zamawiającego,
- c) uzyskania porad oraz zebrania informacji niezbędnych do opracowania dokumentacji przedmiotu zamówienia, warunków udziału w postępowaniu oraz zapisów umowy,
- d) oszacowania wartości zamówienia.

3. Działania promocyjne Kampanii w Internecie zostaną przeprowadzone zgodnie z przygotowaną przez Wykonawcę strategią (dalej: „Strategia”) oraz media planem (dalej: „Media plan”).

4. Medialna grupa docelowa:

Rodzice dzieci (matki i ojcowie), z których przynajmniej jedno z rodziców jest zatrudnione na podstawie umowy o pracę.

5. Termin realizacji działań:

Termin kampanii internetowej (emisja reklam) 6 tygodni, z możliwością modyfikacji po konsultacjach z Wykonawcami.

6. Cele działań promujących Kampanię w Internecie:

6.1. Główne cele:

6.1.1. Edukacja na temat uprawnień związanych z rodzicielstwem.

6.1.2. Promowanie i motywowanie do korzystania z dostępnych regulacji prawa pracy dotyczących rodzicielstwa.

6.1.3. Podniesienie świadomości grupy docelowej na temat obowiązujących przepisów prawa pracy odnoszących się do rodzicielstwa.

6.2. Szczegółowe cele działań:

6.2.1. precyzyjne i maksymalnie szerokie dotarcie z przekazem do medialnej grupy docelowej, za pośrednictwem odpowiednio dobranych narzędzi reklamy internetowej,

6.2.2. zapewnienie jak najdłuższego czasu przebywania internautów na podstronie <https://www.pip.gov.pl/nasza-oferta/rodzice-w-pracy> oraz na reklamie internetowej (np. reklama video, banner, a także inna forma reklamy internetowej).

7. Wymagania dotyczące realizacji przedmiotu zamówienia:

7.1. Przygotowanie działań promocyjnych w Internecie:

7.1.1. Wykonawca dokona analizy serwisów internetowych i kanałów, mechanizmów wyszukiwania treści pod kątem ich dostosowania do tematyki Kampanii i jej grupy docelowej. Na tej podstawie Wykonawca opracuje Strategię realizacji działań promocyjnych Kampanii w Internecie. Strategia będzie zawierać przynajmniej: założenia kampanii, wyjaśnienie w jaki sposób Wykonawca zapewni dotarcie do grupy docelowej oraz realizację jej celów. Poprzez kierowanie reklam, wykluczanie miejsc emisji, podanie miejsc emisji reklam wraz z uzasadnieniem poszczególnych miejsc emisji i form reklamy w odniesieniu do grupy docelowej oraz tematyki, ewentualny sposób dostosowania filmów reklamowych do medialnej grupy docelowej oraz realizacja zaoferowanych przez Wykonawcę wskaźników.

7.1.2. Wykonawca opracuje szczegółowy Media plan działań promocyjnych w Internecie, z uwzględnieniem m.in. planowanych wskaźników dotarcia do medialnej grupy docelowej z podziałem na serwisy internetowe. Po akceptacji Media planu przez Zamawiającego, Wykonawca zrealizuje działania promocyjne – tj. zakupi emisję reklam.

7.1.3. Wykonawca zaprojektuje oraz przygotuje do emisji w Internecie reklamę (np. reklamę video, bannery, a także inne formy reklamy internetowej) zgodnie z zaproponowaną strategią działań. Wszystkie reklamy przed emisją muszą uzyskać akceptację Zamawiającego. Zamawiający przewiduje przygotowanie materiałów wideo o długości 30 sekund oraz 15 sekund, w zależności od planowanych social mediów.

- 7.1.4. W miarę możliwości każda reklama powinna kierować użytkowników na stronę Kampanii lub inne strony wskazane przez Zamawiającego. Wykonawca o takiej możliwości lub jej braku poinformuje Zamawiającego w Media planie.
- 7.1.5. Reklamy video powinny zostać przygotowane w dwóch wersjach: z dźwiękiem (lektorem) i z napisami oraz z dźwiękiem (lektorem).
- 7.1.6. Wszystkie koszty związane z przygotowaniem reklamy internetowej, 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.
- 7.1.7. 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 niezgodne z wytycznymi Zamawiającego.
- 7.1.8. Działania promocyjne Kampanii w Internecie muszą być prowadzone jedynie w polskojęzycznych portalach internetowych.
- 7.2. Zapewnienie monitorowania przebiegu działań promocyjnych Kampanii w Internecie oraz podsumowanie ich efektywności i przedstawienie wyników w postaci Raportu.
 - 7.2.1. Wykonawca we współpracy z Zamawiającym przed rozpoczęciem emisji poszczególnych form reklam, skonfiguruje narzędzia do zbierania statystyk strony: www.pip.gov.pl, w sposób umożliwiający śledzenie wejść na reklamę w Internecie oraz z łatwą identyfikacją rodzaju reklamy i źródła wejścia.
 - 7.2.2. Wykonawca zapewni Zamawiającemu co najmniej bierny dostęp do narzędzi reklamowych (do odczytu) w celu bieżącego monitorowania ustawień reklam i efektów działań promocyjnych Kampanii w Internecie, a także z możliwością samodzielnego generowania raportów.
 - 7.2.3. 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), 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. Raport musi być przyjęty przez Zamawiającego bez uwag.

- 7.3. Zamawiający oczekuje, że działania promocyjne kampanii „Rodzice w pracy” w Internecie, zaproponowane przez Wykonawcę zapewnią obejrzenia reklamy video i innych reklam w całości w proponowanych serwisach (np. You Tube, Instagram, Facebook oraz kliknięcia w reklamę w przypadku GDN).
Zamawiający nie jest zainteresowany wyświetlaniem fragmentu reklamy video.
- 7.4. Pozostałe wymogi dotyczące wykonania przedmiotu zamówienia:
- 7.4.1. 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) Wykonawca zapewni zablokowanie możliwości komentowania reklam wszędzie, gdzie jest to technicznie możliwe,
 - c) realizację działań promocyjnych Kampanii w portalach internetowych, 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 mógłby w niekorzystny sposób oddziaływać na wizerunek Zamawiającego.
- 7.5. Przykładowe projekty graficzne:





PAŃSTWOWA INSPEKCJA PRACY
OKRĘGOWY INSPEKTORAT PRACY W BIAŁYMSTOKU

Ania i Szymon
rodzice 14-miesięcznej Oli



sprawnie łączą wychowanie
córek z pracą zawodową



Udzielamy rocznie ponad



20 tys.

porad prawnych dotyczących
uprawnień rodzicielskich

Rodzice w pracy

- ✓ Twoje prawa
- ✓ Twój czas



Sprawdź