Załącznik 2

**Zgłoszenie przystąpienia do Konsultacji rynkowych**

1. Nazwa i adres podmiotu (Uczestnika Konsultacji) ……........…………………………………………………..........................................................……..........................................................................

……........…………………………………………………..........................................................……..........................................................................

1. Dane kontaktowe: imię i nazwisko osoby do kontaktu: ………………………………………………..., nr telefonu..………………..……...………… adres e-mail: ………………………………………….
2. Wartość podanej niżej strategii, przygotowania bannerów internetowych i innych form reklamy internetowej oraz emisji zawierająca wszystkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem i rozliczeniem przedmiotu zamówienia, a także proponowane wskaźniki medialne wyceniam następująco:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Planowane Działanie** | **Wskaźniki gwarantowane przez Wykonawcę** | | **Koszty realizacji** | | | W przypadku **zastrzeżenia** informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać **„Tak”** |
| Koszt bez podatku VAT | Stawka VAT | Koszt z podatkiem VAT |
| 1. | Przygotowanie strategii działań w Internecie wraz z media planem |  | |  |  |  |  |
| 2. | Przygotowanie bannerów i innych form reklamy na potrzeby realizacji działań w Internecie zgodnie z OPZ |  | |  |  |  |  |
| **Lp.** | **Planowane Działanie** | **Wskaźniki gwarantowane przez Wykonawcę** | | **Koszty realizacji** | | | W przypadku **zastrzeżenia** informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać **„Tak”** |
| Koszt bez podatku VAT | Stawka VAT | Koszt z podatkiem VAT |
| 3. | Emisja reklamy w wyszukiwarce internetowej zgodnie z założeniami wskazanymi w OPZ. Emisja 42 dni kalendarzowe.  Grupa docelowa: osoby pracujące w przemyśle przetwórczym, w szczególności wykwalifikowani i niewykwalifikowani pracownicy liniowi (pkt. 3.1. OPZ) | a) Wariant 1 | **20 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |  |
| b) Wariant 2 | **30 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |
| c) Wariant 3 | **40 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |
| 4. | Emisja reklam w sieci reklamowej wyszukiwarki internetowej (np. GDN)skierowanych do grup docelowych, zgodnie z założeniami wskazanymi w OPZ. Emisja 42 dni kalendarzowe.  Grupa docelowa: osoby pracujące w przemyśle przetwórczym, w szczególności wykwalifikowani i niewykwalifikowani pracownicy liniowi (pkt. 3.1. OPZ) | a) Wariant 1 | **60 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |  |
| b) Wariant 2 | **120 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |
| c) Wariant 3 | **200 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |
| 5. | Emisja reklam w portalu LinkedIn zgodnie z założeniami wskazanymi w OPZ.  Emisja 42 dni kalendarzowe.  Grupa docelowa: pracodawcy prowadzący firmy w sektorze przetwórczym, w szczególności osoby prowadzące firmy do 50 zatrudnionych (pkt. 3.2. OPZ) | a) Wariant 1 | **1 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |  |
| b) Wariant 2 | **2 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |
| c) Wariant 3 | **3 000** kliknięć  w reklamę |  |  |  |
| Maksymalna rekomendowana liczba kliknięć możliwych do uzyskania w grupie docelowej z promocji na LinkedIn. | Rekomendowana liczba kliknięć na LinkedIn  ………………. | |  |  |  |
| **Lp.** | **Planowane Działanie** | **Wskaźniki gwarantowane przez Wykonawcę** | | **Koszty realizacji** | | | W przypadku **zastrzeżenia** informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać **„Tak”** |
| Koszt bez podatku VAT | Stawka VAT | Koszt z podatkiem VAT |
| 6. | Emisja bannerów internetowych w co najmniej. 2 portalach z ogłoszeniami o pracę zgodnie założeniami wskazanymi w OPZ przy założeniu, że **budżet na ten kanał wyniesie 20 000,00 zł z VAT**  Emisja 42 dni kalendarzowe.  Grupa docelowa: osoby pracujące w przemyśle przetwórczym, w szczególności wykwalifikowani i niewykwalifikowani pracownicy liniowi (pkt. 3.1. OPZ) | Liczba kliknięć  w portalach  ………………. | | 16 260,16 zł | 23% | 20 000,00 zł |  |
| 7. | Przygotowanie raportu po emisji |  | |  |  |  |  |
| **8.** | **SUMA KOSZTÓW** | **Wariant 1** (suma poz. 1, 2, 3a, 4a, 5a, 6, 7) | |  |  |  |  |
| **Wariant 2** (suma poz. 1, 2, 3b, 4b, 5b, 6, 7) | |  |  |  |
| **Wariant 3** (suma poz. 1, 2, 3c, 4c, 5c, 6, 7) | |  |  |  |

1. Dodatkowe informacje dotyczące kalkulacji kosztów i wskaźników kampanii

|  |  |
| --- | --- |
| **Uwagi** | W przypadku **zastrzeżenia** informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać **„Tak”** |
| a) wykorzystywane formy reklamy na serwisie LinkedIn (proszę podać) ………………………………………………….  ………………………………………………………………………………………………………………………………………  ………………………………………………………………………………………………………………………………………  b) szczegóły dotyczące zastosowanego targetowania na serwisie LinkedIn (proszę wskazać m.in. branże – jakie?, stanowiska – jakie?) …..…………………………………………………………………………………………………………  ………………………………………………………………………………………………………………………………………  ………………………………………………………………………………………………………………………………………  ………………………………………………………………………………………………………………………………………  c) proponowane 2 portale z ogłoszeniami o pracę (proszę podać nazwy) ……………………………………………….. ………………………………………………………………………………………………………………………………………  d) inne uwagi dotyczące wskaźników kampanii, kalkulacji kosztów, zapisów OPZ przy założeniu, że **łączny budżet na realizację kampanii internetowej nie może przekroczyć 200 000,00 zł łącznie z podatkiem VAT.** ………………..................................................................................................................................................................  ………………………………………………………………………………………………………………………………………  ………………………………………………………………………………………………………………………………………  ……………………………………………………………………………………………………………………………………… |  |

1. Proponujemy następujące aspekty środowiskowe lub innowacyjne lub społeczne, jakie można uwzględnić przy realizacji proponowanego wariantu zamówienia (jeżeli dotyczy):

| **Aspekty** | **Propozycja uczestnika Konsultacji** |
| --- | --- |
| Aspekt środowiskowy |  |
| Aspekt innowacyjny |  |
| Aspekt społeczny |  |

Data …………………………………. Podpis ……………………………….