



Załącznik nr 1 do Ogłoszenia o przeprowadzeniu wstępnych Konsultacji rynkowych

Opis Przedmiotu Zamówienia

1. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia są emisje spotu radiowego w celu promocji programu prewencyjnego „Efektywne zarządzanie ryzykiem zawodowym”. Emisje spotu radiowego zostaną przeprowadzone z uwzględnieniem odpowiedniej grupy docelowej i kalendarza emisji.

2. TERMIN REALIZACJI

2.1. Emisje spotu radiowego – 5 tygodni w III – IV kwartał 2023 r.

3. CELE DZIAŁAŃ PROMUJĄCYCH PROGRAM

3.1. Cele komunikacyjne:

- 3.1.1. Popularyzacja zagadnienia prawidłowej oceny ryzyka zawodowego jako kluczowego elementu zarządzania bezpieczeństwem i prewencji wypadkowej.
- 3.1.2. Pokazanie pracodawcom, że jest to narzędzie do oceny procesu pracy, pozwalające w profesjonalny sposób wykrywać zagrożenia dla zdrowia oraz podejmować odpowiednie działania korygujące i zapobiegawcze. Ocena ryzyka zawodowego to obowiązek, który ma sens, a nie zbędna formalność. Uświadomienie pracodawcom ryzyka i konsekwencji braku przeprowadzenia lub nieprawidłowo przeprowadzonej oceny ryzyka zawodowego.
- 3.1.3. Zachęcenie do uczestnictwa w programach prewencyjnych PIP. Wskazanie i podkreślenie korzyści udziału w programach PIP, takich jak: dostęp do nieodpłatnych, specjalistycznych szkoleń oraz materiałów, a także możliwość skorzystania z bezpłatnego doradztwa inspektorów pracy podczas dostosowywania zakładów pracy do obowiązujących przepisów oraz zakończenie programu kompleksowym audytem sprawdzającym poziom bezpieczeństwa i warunki pracy.

3.2. Cele mediowe:

- 3.2.1. szerokie dotarcie z przekazem do grupy docelowej za pośrednictwem odpowiednio wyselekcjonowanych stacji radiowych,
- 3.2.2. wzrost wejść na stronę: www.programyprewencyjne.pl

4. GRUPA DOCELOWA I MEDIOWA

4.1. Grupa docelowa – pracodawcy, szczególnie z mikro i małych firm,

4.2. Grupa mediowa: właściciele firm.

5. WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA I OBOWIĄZKI WYKONAWCY

- 5.1. Wykonawca przygotowuje **Strategię** realizacji emisji 30-sekundowego spotu radiowego w co najmniej jednej stacji ogólnopolskiej, która będzie zawierać zakładane w ofercie wskaźniki wraz z OTH i Affinity Index, informacje o terminie realizacji emisji, o wyborze stacji radiowych wraz z uzasadnieniem dla wyboru mediów oraz proponowany czas emisji spotu i liczbę emisji w poszczególnych stacjach. Propozycje zawarte w Strategii powinny być oparte na dostępnych badaniach słuchalności stacji radiowych w odniesieniu do grupy mediowej kampanii. Poprzez ogólnopolskie stacje radiowe Zamawiający rozumie wymienione przez KRRiT w „Informacji o audytorium radiowym w Polsce w III kwartale 2021 r.” następujące stacje radiowe: Programy 1, 2 i 3 Polskiego Radia, Radio RMF FM, Radio ZET oraz Radio Maryja. Oprócz wymaganych emisji w co najmniej jednej ogólnopolskiej stacji radiowej, Zamawiający dopuszcza możliwość emisji spotu, także w stacjach ponadregionalnych i/lub rozgłośniach regionalnych i/lub stacjach lokalnych i/lub pakietach stacji lokalnych o zasięgu ogólnopolskim, w przypadku gdy pozwoli to na zwiększenie wskaźników mediowych oraz podniesie efektywność akcji promocyjnej.
- 5.2. Wykonawca przygotowuje szczegółowy **Media plan** emisji spotu wg. którego po akceptacji Zamawiającego, Wykonawca zakupi czasy antenowe na potrzeby emisji spotu radiowego. Media plan zawierać będzie co najmniej planowane wskaźniki dla całej kampanii wraz z OTH, CPP i Affinity Index oraz następujące informacje: dzień, tydzień i miesiąc emisji, nazwę stacji radiowej, nazwę grupy stacji, pasmo czasowe emisji i zakładaną ilość wskaźnika GRP dla emisji spotu radiowego.
- 5.3. Wykonawca zakupi emisje 30-sekundowego spotu radiowego w co najmniej jednej ogólnopolskiej stacji radiowej zgodnie z Media planem zaakceptowanym przez Zamawiającego.
- 5.4. Po zakończeniu emisji spotu, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu **Raport** końcowy, w którym m.in. wskaże osiągnięte wskaźniki dotarcia.
- 5.5. Wykonawca przekaże Zamawiającemu prawa autorskie do powielania, rozpowszechniania bez ograniczeń, a także dokonywania niezbędnych modyfikacji wszystkich produktów wchodzących w skład przedmiotu zamówienia.