

Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest realizacja na rzecz Zamawiającego działań promocyjnych Lasów Miejskich - Warszawa w mediach społecznościowych przy użyciu serwisu internetowego Facebook w okresie od 1 lutego 2024 r. do 31 grudnia 2024 r., w tym:

1. W ramach umowy Wykonawca będzie zobowiązany do realizacji przedmiotu zamówienia następujących zadań:

- 1) Opracowania szczegółowej koncepcji promowania treści w oparciu o przekazaną przez Zamawiającego strategię komunikacji.
- 2) Systematyczne sponsorowanie postów w serwisie Facebook, przygotowanych przez Zamawiającego.
- 3) Bieżące konsultowanie z Zamawiającym szczegółowych aspektów sponsorowania postów, ich zakresu i parametrów oraz dopasowania do publikowanych treści.
- 4) przedstawienia Zamawiającemu raportu po każdym etapie, obejmującego merytoryczne podsumowanie prowadzonych działań wraz z rekomendacjami.

2. Założenia Działań Informacyjnych, których dotyczy przedmiot zamówienia.

1) Główny cel zamówienia

- a) Prowadzenie kampanii medialnej popularyzującej warszawskie lasy oraz edukację ekologiczną. Promocja oferty edukacyjnej realizowanej przez Lasy Miejskie – Warszawa.
- b) Posty dotyczące działania Lasów Miejskich – Warszawa, w tym Centrum Edukacji Ekologicznej, promocja filmów i innych materiałów dotyczących przyrody m.st. Warszawy, wzmacniających pozytywny wizerunek Lasów Miejskich – Warszawa.
- c) Wykonawca odpowiada za promowanie materiałów informacyjnych Zamawiającego, uwzględniając wytyczne zawarte w strategii komunikacji oraz uzgodnienie w comiesięcznym cyklu szczegółów, dotyczących m.in. właściwej grupy docelowej. Ustawienie dokładnych parametrów reklam będzie odbywało się w bieżącym kontakcie z Zamawiającym.

2) Celem każdej z kampanii będzie:

- a) dotarcie z materiałami informacyjnymi do osób mieszkających w Warszawie, konkretnej dzielnicy Warszawy lub na innym obszarze wskazanym przez Zamawiającego (określonej grupy docelowej),
- b) wygenerowanie określonego minimum liczby kliknięć lub wyświetleń wśród wskazanej grupy docelowej,
- c) utrwalanie relacji z akcją/wydarzeniem poprzez działania remarketingowe, skierowane do osób, które np. kliknęły w materiał informacyjny Zamawiającego lub w inny sposób zetknęły się z tematem kampanii (np. wyszukiwanie, wejście na wskazane strony, itp.).

Dla każdej kampanii internetowej będą ustalone co najmniej:

- a) informacje dotyczące lokalizacji (geotargetowanie) wyświetlania kampanii,
- b) grupy docelowej (dane demograficzne, zainteresowania, itp.),
- c) okres trwania kampanii
- d) Prognozowane parametry mediowe, a w szczególności zasięg i liczba wyświetleń promowanych treści.

Zastrzega się, że minimum 68% miesięcznej kwoty przeznaczonej na realizację usługi powinno zostać przeznaczone bezpośrednio na pokrycie kosztu reklamy w serwisie społecznościowym, natomiast maksimum 32% na pozostałe koszty związane z realizacją usługi, ponoszone przez Wykonawcę. W przypadku braku wykorzystania w danym miesiącu całości kwoty przeznaczonej na pokrycie reklamy może być ona przeznaczona na ten cel w miesiącu następnym.

Warunki realizacji umowy

- Zamawiający przekaze Wykonawcy strategię komunikacji, w oparciu o którą Wykonawca stworzy koncepcję promowania treści. Koncepcja promowania treści zostanie przekazana przez Wykonawcę Zamawiającemu w terminie 7 dni od daty przekazania strategii komunikacyjnej i będzie realizowana po zatwierdzeniu przez Zamawiającego. Koncepcja będzie comiesięcznie aktualizowana z wytycznymi Zamawiającego.
- W okresie od 1 lutego 2024 do 31 sierpnia 2024 Wykonawca będzie zobowiązany do ustawienia 4 płatnych reklam dotyczących minimum 4 postów w serwisie internetowym Facebook.
- W okresie od 1 września 2024 do 31 grudnia 2024 Wykonawca będzie zobowiązany do ustawienia 6 płatnych reklam dotyczących minimum 6 postów w serwisie internetowym Facebook.
- Usługa będzie rozliczana w cyklach miesięcznych. Wykonawca do 10 dnia każdego miesiąca realizacji będzie zobowiązany do przedstawiania raportów, zawierających informacje dotyczące przebiegu realizacji działań obejmujących poprzedni miesiąc i osiągniętych efektów.
- Wykonawca będzie zobowiązany do udziału w comiesięcznych spotkaniach (lub spotkaniach on-line), podczas których Zamawiający będzie na bieżąco konsultował z Wykonawcą szczegółowe aspekty sponsorowania postów, ich zakres i parametry oraz dopasowanie do publikowanych treści i – w miarę potrzeb – dokonywał niezbędnych zmian w działaniach.