



Załącznik nr 1
do Zapytania ofertowego

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Nazwa zamówienia: Przygotowanie konceptu kreatywnego i przeprowadzenie kampanii informacyjnej w mediach społecznościowych dotyczącej akcji #SZCZEPIMYSIE konkursu Wojewody Świętokrzyskiego – spot/materiał filmowy zachęający do szczepienia i informujący o korzyściach szczepień przeciw COVID-19.

Przedmiot zamówienia: przedmiotem zamówienia jest przygotowanie konceptu kreatywnego i przeprowadzenie kampanii informacyjnej w mediach społecznościowych dotyczącej akcji #SZCZEPIMYSIE konkursu Wojewody Świętokrzyskiego – spot/materiał filmowy zachęający do szczepienia i informujący o korzyściach szczepień przeciw COVID-19.

Termin realizacji zamówienia

Wykonawca jest zobowiązany wykonać zamówienie od dnia zawarcia umowy do 10.12.2021 r. – łącznie z ww. terminem – z tym, że rozpoczęcie kampanii odbędzie się nie później niż 2 dni robocze od dnia zaakceptowania konceptu kreatywnego kampanii informacyjnej przez Zamawiającego. Projekt konceptu kreatywnego Wykonawca musi przedstawić Zamawiającemu nie później niż 3 dni robocze od dnia zawarcia umowy.

Cel kampanii:

- **Głównym celem kampanii jest informacja w mediach społecznościowych dotycząca akcji #SZCZEPIMYSIE konkursu Wojewody Świętokrzyskiego na spot/materiał filmowy zachęający do szczepienia i informujący o korzyściach szczepień przeciw COVID-19.** Mierzalnym celem kampanii jest:
- aktywizacja grupy docelowej w celu zwiększenia liczby złożonych wniosków konkursowych na spot/materiał filmowy zachęający do szczepienia i informujący o korzyściach szczepień przeciw COVID-19;
- pozyskanie nowych uczestników do udziału w akcji #SZCZEPIMYSIE;
- zachęcenie do szczepień przeciwko COVID -19, poprzez wykonanie prac mających na celu kreowanie w powszechnej świadomości pozytywnego odbioru akcji;
- upowszechnianie obiektywnych informacji o szczepieniach wynikających z badań medycznych oraz wskazanie korzyści płynących ze szczepień;
- rozwijanie postawy odpowiedzialności za życie i zdrowie własne i innych poprzez uświadomienie, że szczepienia są procedurą bezpieczną;

- wzmocnienie ogólnopolskiej kampanii #SZCZEPIMYSIE, poprzez informację o szczepieniach w województwie świętokrzyskim.

Grupa docelowa:

Kampania jest skierowana do mieszkańców województwa świętokrzyskiego oraz organizacji pozarządowych z terenu województwa świętokrzyskiego, o których mowa w art. 3 ust. 2 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie oraz podmiotów wymienionych w art. 3 ust. 3 tej ustawy. Grupa docelowa zgodna z 4 kategoriami konkursu, tj.:

- I kategoria – dzieci i młodzież w wieku od 12-15 lat - za zgodą opiekuna prawnego/rodzica;
- II kategoria – młodzież w wieku od 16-18 lat - za zgodą opiekuna prawnego/rodzica;
- III kategoria – osoby dorosłe;
- IV kategoria – organizacje pozarządowe, o których mowa w art. 3 ust. 2 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie oraz podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 tej ustawy.

Założenia kreacyjne:

1. Przygotowanie i wdrożenie konceptu kreatywnego kampanii w mediach społecznościowych (np. Facebook, Instagram, Twitter), mającego na celu zwiększenie liczby zgłoszeń do konkursu Wojewody Świętokrzyskiego na spot/materiał filmowy zachęcający do szczepienia i informujący o korzyściach szczepień przeciw COVID-19.
2. Koncept kreatywny powinien zawierać wskazanie korzyści oraz szczegółowe określenie tonu przekazu i dopasowanie go do specyfiki grupy docelowej pod kątem zrozumienia jej potrzeb, oczekiwań, motywacji oraz korzyści, które są uznawane przez nią za atrakcyjne. W szczególności ww. koncept powinien zawierać informacje o planowanej liczbie wyświetleń, kliknięć, obejrzeń, sposobie targetowania do grupy docelowej w podziale na poszczególne media. W toku kampanii konspekt kreatywny może być optymalizowany, w szczególności jeżeli będzie to wynikało z rekomendacji Zamawiającego.
3. Wykonawca powinien wykorzystać możliwości targetowania umożliwiające jak najbardziej precyzyjne i spersonalizowane dotarcie do grup docelowych.
4. Konspekt powinien być dostosowany do specyfiki mediów, w których będzie udostępniany. Koncept musi być wspólny dla wskazanych grup docelowych, tzn. zawierać spójne elementy (np. hasło, charakterystyczne elementy wizualne lub inne), natomiast poszczególne działania powinny być dostosowane do grupy docelowej, medium i kampanii której dotyczą.
5. Wykonawca będzie prowadził kampanię informacyjną na portalach społecznościowych przez 7 dni w tygodniu, generując aktywność minimum 20 000 kliknięć.
6. Pozyskiwanie uczestników konkursu, interakcje z użytkownikami, w celu wzbudzenia zainteresowania kampanią w mediach społecznościowych. Przekaz powinien być:
 - prezentujący tematykę i cele kampanii,
 - autentyczny i wiarygodny (przedstawiać zagadnienia zgodnie z prawdą),
 - emocjonalny,
 - nienadmiernie dydaktyczny,
 - dostosowany do grupy docelowych,
 - oparty przede wszystkim na zdjęciach i materiałach video,
 - tworzony w sposób atrakcyjny, wywołujący pozytywne reakcje.

7. Możliwa współpraca z influencerami, blogerami, ambasadorami regionu świętokrzyskiego w celu aktywności w ramach grup tematycznych w serwisach społecznościowych – informacje i komunikaty, publikowane gościnnie na zewnętrznych profilach, tworzenie nowych grup i wydarzeń skłaniających do zadeklarowania uczestnictwa i dodatkowo angażujących użytkowników.
6. Kampania ma być zarazem kampanią edukacyjną i informacyjną. Ma więc łączyć element zdobywania wiedzy z elementem zachęcania do zmiany postaw związanych z akcją #SZCZEPIMYSIĘ.
7. Wypowiedź użytkownika powinna zostać skomentowana przez Moderadora – Wykonawcę. Każdy komentarz musi być merytoryczny i spójny ze stylem komunikacji na fanpage'u.
8. Wykonawca nie może kupować, pozyskiwać fanów w sposób nielegalny.
9. Wykonawca jest obowiązany powstrzymać się od publikowania, zamieszczania czy przysyłania jakichkolwiek treści, które naruszają dobre obyczaje, obowiązujące prawo, w szczególności treści wulgarnych, bezsprzecznie nieprawdziwych, propagujących przemoc lub dyskryminujących lub naruszają jakiekolwiek prawa osób trzecich.
10. Materiały wykorzystane w ramach kampanii muszą spełniać wymogi mediów społecznościowych z należytym zachowaniem wysokiej jakości dźwięku i obrazu (dostosowanej do mediów społecznościowych).
11. Przed zaakceptowaniem konceptu kreatywnego kampanii informacyjnej Zamawiający może wnieść do ww. konceptu uwagi, poprawki i modyfikacje. Zamawiający zakłada, że w trakcie trwania kampanii możliwe będą pewne zmiany poszczególnych działań, ale w zakresie nie zmieniającym zasadniczo konceptu kreatywnego. Zamawiający naniesie uwagi lub zaakceptuje materiał w ciągu 2 dni roboczych od przekazania materiału przez Wykonawcę.

Sprawozdanie z realizacji kampanii i monitorowanie efektów:

1. Na żądanie Zamawiającego Wykonawca przedstawi cząstkowe raporty z każdego etapu kampanii.
2. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu całościowego sprawozdania zawierającego wykaz wszystkich działań, z formatami, datami i miejscami emisji, faktycznie osiągniętymi parametrami mediowymi oraz materiałami dowodowymi, świadczącymi o prawidłowej realizacji wszelkich działań w mediach społecznościowych do dnia 13.12.2021 r.
3. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania, zaproponowania i wdrożenia (po akceptacji Zamawiającego) rozwiązań dla pojawiających się niewygodnych komentarzy, problemów itp.

Informacje dodatkowe:

Zamawiający wymaga od Wykonawcy, aby co najmniej jeden z elementów każdego z działań informacyjnych zawierał logo akcji #SZCZEPIMYSIĘ.

Wykonawca ma obowiązek opłacenia w ramach wynagrodzenia tantiemów, licencji ZAIKS i innych wymaganych prawem wynagrodzeń autorskich oraz ponosi całkowity koszt przygotowania i wdrożenia technicznego i merytorycznego kampanii.