

Kielce, 14 sierpnia 2020 r.

ZAPROSZENIE DO UDZIAŁU W ZAPYTANIU OFERTOWYM

Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego
zaprasza do udziału w zapytaniu ofertowym na

**opracowanie koncepcji i wdrożenie cyklu działań zwiększających świadomość
nt. funkcjonalności aplikacji mobilnej Wschodniego Szlaku Rowerowego Green
Velo wśród turystów rowerowych**

I ZAMAWIAJĄCY:

1. Nazwa i adres zamawiającego: Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego, 25-033 Kielce, ul Ściegiennego 2/32.
2. Adres do korespondencji: Regionalne Centrum Informacji Turystycznej, ul. Sienkiewicza 29, 25-007 Kielce
3. NIP: 959-15-41-978

II PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA:

1. Przedmiotem zamówienia jest zaplanowanie i przeprowadzenie w porozumieniu z Zamawiającym cyklu działań promocyjnych mających na celu zwiększenie świadomości nt. funkcjonalności aplikacji mobilnej Wschodniego Szlaku Rowerowego Green Velo wśród turystów rowerowych:
 - a. Wschodni Szlak Rowerowy Green Velo (Szlak Green Velo) – to najdłuższy spójnie oznakowany szlak rowerowy w Polsce; przebiega przez pięć województw w Polsce Wschodniej (warmińsko-mazurskie, podlaskie, lubelskie, podkarpackie i świętokrzyskie); szczegółowe informacje na temat Szlaku, jego infrastruktury i walorów znajdują się na stronie <https://greenvelo.pl/informacje-ogolne> .
 - b. Aplikacja mobilna to multimedialny przewodnik po Wschodnim Szlaku Rowerowym Green Velo; aplikacja nawiguje turystów po szlaku, wycieczkach i innych szlakach w pobliżu Green Velo, prezentuje atrakcje, walory, obiekty noclegowe, gastronomiczne i usługowe;
 - aplikacja na system Android:
https://play.google.com/store/apps/details?id=pl.amistad.treespot.green_velo
 - aplikacja na system iOS:

<https://apps.apple.com/pl/app/szlak-green-velo/id1110297352?l=pl>

2. Termin realizacji kampanii: 35 dni roboczych dnia podpisania umowy, przy czym za 35 dzień uznaje się ostateczny, końcowy termin realizacji wszystkich działań – Zamawiający dopuszcza wcześniejsze zakończenie działań merytorycznych (zgodnie z zaakceptowanym media planem).
3. Główne cele kampanii:
 - a. promocja aplikacji mobilnej Wschodniego Szlaku Rowerowego Green Velo wśród turystów rowerowych, w szczególności obecnych i potencjalnych użytkowników Szlaku;
 - b. prezentacja funkcjonalności aplikacji wybranej grupie docelowej;
 - c. zwiększenie ilości pobrań aplikacji mobilnej w sklepach internetowych Google Play i AppStore;
 - d. poprawa ocen aplikacji w sklepach.
4. Grupa docelowa:
 - a. aktualni lub potencjalni użytkownicy Szlaku Green Velo korzystający z urządzeń mobilnych i dedykowanych aplikacji przy planowaniu wyjazdu i w podróży rowerowej;
 - b. w szczególności osoby mobilne, często podróżujące, preferujące zdrowy styl życia;
 - c. osoby uprawiające turystykę rowerową (jako aktywność pierwszego wyboru lub jako uzupełnienie pobytu turystycznego w pięciu regionach Polski Wschodniej);
 - d. kampania powinna zostać przeprowadzona na terenie Polski, a jej odbiorcami powinni być mieszkańcy największych miast województw: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, lubelskiego, podkarpackiego i świętokrzyskiego, mazowieckiego, małopolskiego, śląskiego, pomorskiego i zachodniopomorskiego.
5. Zakres działań Wykonawcy w ramach zamówienia:
 - a. przygotowanie harmonogramu działań (*mediaplanu*) – plan musi zostać przedstawiony do akceptacji Zamawiającego do dwóch dni roboczych po podpisaniu umowy; Zamawiający zaakceptuje plan lub wnieśli swoje uwagi niezwłocznie, w nieprzekraczalnym terminie 1 dnia roboczego od momentu otrzymania mediaplanu od Wykonawcy;
 - b. przeprowadzenie następujących działań:
 - przygotowanie filmiku reklamowego (max. 60 sekund) nt. aplikacji Szlaku Green Velo do wykorzystania w działaniach objętych zamówieniem i przyszłych działaniach marketingowych na rzecz Szlaku Green Velo;
 - materiał przekazany zostanie Zamawiającemu w formie umożliwiającej jego publikację na portalach Facebook i Youtube;

- przeprowadzenie kampanii odsłonowej w serwisie YouTube przez 30 dni;
 - zaprojektowanie i przeprowadzenie kampanii Facebook Ads przez 30 dni;
 - zaprojektowanie i przeprowadzenie kampanii Google AdWords;
 - przygotowanie i publikacja artykułu sponsorowanego na portalu społecznościowym dedykowanym turystyce aktywnej; działanie obejmuje stworzenie artykułu oraz osadzenie go na portalu; artykuł powinien zawierać link do aplikacji w sklepach; wymagana jest również promocja artykułu w mediach społecznościowych związanych z danym portalem;
 - przeprowadzenie kampanii odsłonowej minimum w dwóch aplikacjach turystycznych; do obowiązków Wykonawcy w tym zakresie należeć będzie wybór aplikacji (zgodnie z grupą docelową działań), opracowanie graficzne reklamy oraz publikacja reklamy;
 - opracowanie i wysyłka notatki prasowej nt. aplikacji mobilnej do bazy min. 100 portali internetowych; Zamawiający oczekuje publikacji materiału w min. 10 serwisach dedykowanych turystyce aktywnej (w szczególności turystyce rowerowej);
- c. przygotowanie raportu z działań: raport musi dokumentować wszystkie działania oraz ich skuteczność; raport powinien zostać przekazany Zamawiającemu w formie cyfrowej; opracowanie powinno:
- zawierać wszystkie stworzone przez Wykonawcę materiały (w szczególności wideo, grafiki treści reklamowych),
 - dokumentować publikację wszelkich treści w poszczególnych działaniach;
 - prezentować informację na temat osiągniętego zasięgu (łącznie i osobno dla poszczególnych działań);

III WYKONAWCA/ZAMAWIAJĄCY:

1. Wykonawca powinien dysponować odpowiednią, wyspecjalizowaną kadrą posiadającą niezbędną wiedzę, umiejętności i doświadczenie w zakresie przedmiotu zamówienia. Zamawiający dopuszcza wykonanie elementów kampanii przez podmioty zewnętrzne, jeżeli będą one dysponować odpowiednim zapleczem kadrowo-merytorycznym.
2. Wykonawca powinien dysponować odpowiednim, poświadczonym doświadczeniem w realizacji kampanii internetowych. Wykonawca winien wykazać, że w ciągu ostatnich 10 lat przeprowadził minimum 3 kampanie internetowe o budżecie min. 12 000 zł brutto. Wykonawca zadeklaruje ilość i wartość zrealizowanych kampanii w formularzu oferty. Na etapie oceny ofert Wykonawca z najwyższą liczbą punktów wynikającą ze złożonej oferty proszony będzie o udokumentowanie deklarowanego doświadczenia.

3. Działania merytoryczne wymagają akceptacji przez Zamawiającego; Zamawiający zaakceptuje materiały lub wniesie swoje uwagi w nieprzekraczalnym terminie jednego dnia roboczego; akceptacji wymagają:

- a. Mediaplan (na zasadach określonych w sekcji II 5. a);
- b. elementy graficzne (statyczne, animowane, wideo w zależności od wybranych form przekazu);
- c. treści merytoryczne (notatka prasowa, artykuł sponsorowany).

IV. KRYTERIA OCENY OFERT:

1. Kryterium oceny ofert jest cena brutto - 100%. Cena podana w ofercie powinna uwzględniać **wszelkie koszty** związane z realizacją zamówienia (również związane z obsługą kampanii postów sponsorowanych). Nie dopuszcza się negocjacji treści oferty z Wykonawcą.

V. SPOSÓB ODPOWIEDZI NA ZAPYTANIE OFERTOWE:

1. Odpowiedzi na zapytania cenowe proszę przesłać na formularzu stanowiącym załącznik nr 1 w formie elektronicznej (skan z podpisami) na adres e-mailowy m.oselka@swietokrzyskie.travel .

VI. TERMIN NADSYŁANIA ODPOWIEDZI

1. Termin nadsyłania odpowiedzi na zapytanie upływa: 21 sierpnia 2020 do godz. 15:00.

VII. INFORMACJA O WYBORZE OFERTY NAJKORZYSTNIEJSZEJ I UDZIELENIU ZAMÓWIEINIA

1. Stosowna informacja pojawi się na stronie internetowej Zamawiającego po ocenie ofert i udzieleniu zamówienia.

VIII. POZOSTAŁE POSTANOWIENIA

1. Zamawiający zastrzega możliwość unieważnienia postępowania w każdej chwili bez podania przyczyny.

IX. ZAŁĄCZNIKI

1. Formularz odpowiedzi na zapytanie ofertowe.