

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe przeprowadzenie działań informacyjno - promocyjnych w serwisie Facebook na temat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego 2014 – 2020, na które składają się:
 - a) **Realizacja działań w okresie od 1 lutego 2019 – 30 listopada 2019 (10 m-cy) za pośrednictwem istniejącego profilu społecznościowego na Facebooku (Zmieniamy Podkarpackie z RPO/RPO WP 2014 – 2020);** strona dostępna pod adresem: <https://www.facebook.com/zmieniamypodkarpackiezrpo> (nazwa profilu pozostaje bez zmian).
 - b) Obsługa konta Zamawiającego w serwisie społecznościowym Facebook obejmuje w szczególności:
 - generowanie minimum 7 wpisów tygodniowo, tj. min. 1 wpis dziennie (informacja tekstowa – do wpisu nie zalicza się interakcji z użytkownikami),
 - publikację płatnych postów /treści/promocję fan page'a przynajmniej raz na kwartał (posty przeznaczone do płatnej publikacji zostaną wybrane spośród najbardziej atrakcyjnych, a ich tematyka zostanie uzgodniona pomiędzy Stronami), Wykonawca przeznaczy na płatne posty w okresie realizacji zadania kwotę 1 800,00 zł. Ww. kwotą Zamawiający w trakcie realizacji zamówienia będzie dysponował zgodnie z bieżącymi potrzebami,
 - interakcję z użytkownikami (komentowanie wpisów, prowadzenie korespondencji),
 - całodobowe monitorowanie konta przez 7 dni w tygodniu i bieżące reagowanie na komentarze/wiadomości,
 - publikowanie wpisów w ramach wydarzeń/tworzenie wydarzeń,
 - kontrolowanie i edycja zawartości każdej rubryki na fanpage'u, w tym: copywriting, tworzenie regulaminów, wprowadzanie zmian, uzupełnianie informacji również w j. ang.
 - tzw. „polubienie” innych stron może się odbywać jedynie po konsultacji z Zamawiającym,
 - c) Obsługa graficzna profilu, w tym:
 - przygotowywanie cover photo (w odpowiednim rozmiarze), dostosowanego do profilu/zgodnego z linią graficzną perspektywy 2014 – 2020, a także dostosowanego do aktualnych potrzeb komunikacyjnych. **Wykonawca zobowiązuje się do tworzenia i zmiany cover photo, profilowego na życzenie Zamawiającego, lub w zależności od aktualnych potrzeb komunikacji,**
 - przygotowanie zdjęcia profilowego (avatar) atrakcyjnego wizualnie, w odpowiednich rozmiarach, spójnego z cover photo, zgodnego z linią graficzną do perspektywy 2014 –

2020. **Wykonawca zobowiązuje się do tworzenia i zmiany zdjęcia profilowego na**

życzenie Zamawiającego, lub w zależności od aktualnych potrzeb komunikacji,

- przygotowanie oraz zamieszczenie możliwie jak najwięcej infografik oraz zdjęć – każdy post musi być opatrzony min. 1 zdjęciem/infografiką,
- treści/obrazy/infografiki do profilu zapewnia Wykonawca, jednak Zamawiający również może dostarczyć treści/obrazy/zdjęcia/grafiki, które Wykonawca będzie zobowiązany zamieścić na stronie,
- **wszystkie materiały graficzne wytworzone w trakcie realizacji zamówienia zostaną przekazane Zamawiającemu w postaci plików otwartych (edytowalnych) np. CDR (Corel), PSD (Photoshop), itp.**

d) Wszelkie materiały zamieszczane w serwisie Facebook Wykonawca jest zobowiązany przedłożyć do akceptacji Zamawiającego przed ich publikacją.

e) Fani powinni być pozyskani w sposób naturalny lub ze wsparciem usługi Facebook Ads.

f) Na zakończenie każdego kwartału Wykonawca będzie przysyłał raport w wersji elektronicznej z wykazem: posty, zasięg, aktywność, polubienia strony, wskaźnik aktywności, ze szczególnym uwzględnieniem realizacji wymaganych następujących wskaźników:

- średni wskaźnik aktywności dla każdego miesiąca nie może być niższy niż 5% (wskaźnik aktywności to liczba osób do których dotarł post i które następnie polubiły, skomentowały, udostępniły lub kliknęły post),
- średni zasięg posta dla każdego miesiąca nie może być niższy niż 1000 odbiorców,
- do realizacji wskaźników Wykonawca może wykorzystać usługę Facebook Ads.

g) Treści publikowane w ramach postów powinny mieć charakter edukacyjny, informacyjny oraz promocyjny.

h) Prowadzenie konkursów/gier w serwisie społecznościowym Facebook – obligatoryjnie jeden konkurs/gra na miesiąc (różne rodzaje konkursów). Celem prowadzonych konkursów/gier jest utrwalenie marki Funduszy Europejskich oraz RPO WP 2014-2020 w masowej świadomości. Wszystkie konkursy/gry prowadzone w serwisie społecznościowym Facebook nie będą grą losową w rozumieniu Ustawy o grach hazardowych z dnia 19 listopada 2009 r. (Dz. U. z 2016 poz. 471).

2. Celami działań w mediach społecznościowych, które Zamawiający chce zrealizować to:

a) wzrost liczby fanów na Facebooku, zwłaszcza potencjalnych beneficjentów RPO WP 2014 – 2020 (grupa docelowa w wieku 18+) zamieszkałych w województwie podkarpackim;

b) jak najszersze dotarcie z informacjami nt. RPO WP do następujących grup docelowych:

- przedsiębiorców,
- jednostek samorządu terytorialnego,
- instytucji/przedstawicieli otoczenia biznesu,
- klastrów i konsorcjów naukowo-przemysłowych,
- instytucji/przedstawicieli instytucji integracji i pomocy społecznej,
- instytucji/przedstawicieli rynku pracy,

- instytucji/przedstawicieli ochrony zdrowia,
- instytucji/przedstawicieli nauki i edukacji,
- organizacji pozarządowych/fundacji,
- dziennikarzy i liderów opinii/ekspertów,
- mieszkańców województwa podkarpackiego,
- młodzieży, studentów, wykluczonych cyfrowo, bezrobotnych i zagrożonych bezrobociem, osób 50+ oraz osób z niepełnosprawnościami jako uczestników realizowanych projektów.

3. Do oferty Wykonawca dołączy:

a) **KONCEPCJĘ** zawierającą:

- Założenia i mierzalność efektów moderacji Fanpage'a – Wykonawca wyznaczy planowaną liczbę pozyskanych fanów (okres 10 miesięcy), docelowy wskaźnik interakcji użytkowników oraz propozycję i rodzaje dodatkowej aktywności, którą będzie stosował w trakcie prowadzenia profilu;
- Opis celów – związany z dotarciem do jak największej liczby przedstawicieli następujących grup odbiorców: przedsiębiorcy, przedstawicieli edukacji i kształcenia, dziennikarzy i liderów opinii/ekspertów, jednostek samorządu terytorialnego, organizacji pozarządowych/fundacji, mieszkańców. Innym celem działań jest edukacja na temat RPO WP 2014 – 2020 oraz Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim, na temat możliwości jakie niesie dla tych grup korzystanie z Programu, ale również efekty dotychczasowego wykorzystania środków z Funduszy (zwłaszcza w grupie docelowej: mieszkańcy województwa podkarpackiego);
- Szczegółowy opis koncepcji konkursów/gier w serwisie społecznościowym Facebook – obligatoryjnie jeden konkurs/gra na miesiąc wraz z propozycją dwóch nagród w każdym konkursie – kwota każdej nagrody nie może być niższa niż kwota 100 zł brutto na jeden konkurs/grę – nagrody zostaną ustalone z Wykonawcą w terminie późniejszym na etapie realizacji umowy;
- Opis przykładowych postów/treści umieszczanych w profilu społecznościowym Facebook RPO WP.

b) **HARMONOGRAM** działań, w którym Wykonawca przedstawi plan działań na Facebooku z podziałem na tygodnie / miesiące.

c) **SZCZEGÓŁOWY KOSZTORYS** działań uwzględniający wszystkie zadania wskazane przez Zamawiającego w SOPZ.

4. Brak dołączonych do oferty wyżej wskazanych dokumentów spowoduje odrzucenie oferty Wykonawcy bez możliwości jej oceny.

5. Koncepcję działań na Facebooku należy dołączyć do oferty w formie papierowej, (ew. skan) oryginału podpisanego przez osobę/osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy.

6. Cała kampania będzie prowadzona w okresie 10 miesięcy, a jej główną tematyką będą kwestie związane z Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Podkarpackiego i Funduszami Europejskimi (m.in. aktualne nabory wniosków, ważne informacje dla beneficjentów, ważne dokumenty, ciekawostki, przykłady dobrych praktyk, itp.).
7. Zamawiający zobowiąże się zapłacić Wykonawcy wynagrodzenie za usługę wykonaną w okresie tj. od 1 lutego 2019 r. do 30 listopada 2019 r. po zakończeniu zadania i podpisaniu protokołu odbioru. Zamawiający dopuszcza również możliwość zapłaty za wykonanie usługi w czterech częściach. W tym drugim przypadku ogólna kwota wskazana w ofercie zostanie podzielona na cztery części i określona w umowie wraz z terminami zapłaty.
8. Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty, wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów:
 - 1) Kryterium I: cena oferty (60 %)
 - 2) Kryterium II: Koncepcja działań (40%), w ocenie kryterium: koncepcja będą brane pod uwagę następujące podkryteria:
 - **konkursy/gry na Facebooku** – w ocenie będą brane pod uwagę pomysły na prowadzone konkursy/gry w serwisie społecznościowym Facebook wpływające na utrwalenie świadomości marki w masowej świadomości oraz zwiększające aktywność fanów na Facebooku – od 0 do 15 pkt.;
 - **realizacja określonych celów** – w ocenie będą brane pod uwagę pomysły na zaproponowane posty/materiały zaplanowane do opublikowania w okresie luty – listopad 2019 r. odpowiadające wskazanym w pkt. 2b grupom docelowym, ich spójność, komplementarność oraz oryginalność oraz zakładaną liczbę polubień nowych fanów – od 0 do 10 pkt.;
 - **uniwersalność i prostota przekazu** – zastosowane formy poszczególnych elementów realizacyjnych działań zapewniające możliwość odbioru komunikatu przez jak najszerszą grupę odbiorców, połączone z wysokim stopniem oddziaływania – od 0 do 10 pkt.;
 - **propozycja materiałów graficznych** – zastosowanie ciekawych rozwiązań, zgodność z linią graficzną do perspektywy 2014 – 2020 (<http://rpo.podkarpackie.pl/index.php/dowiedz-sie-wiecej-o-programie/wez-udzial-w-promocji-programu/1691-zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-umowy-podpisane-od-1-stycznia-2018-roku>), oryginalność, spójność, siła oddziaływania – od 0 do 5 pkt.
9. Do oferty Wykonawca zobowiązuje się dołączyć również co najmniej 2 listy rekomendujące go, jako jednostkę, mającą doświadczenie w prowadzeniu działań promocyjnych w mediach społecznościowych, ze szczególnym uwzględnieniem profili samorządowych oraz/lub mającą doświadczenie w prowadzeniu profili dotyczących kwestii unijnych (pozyskiwania środków, itp.).