

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Promocja PLAY KRAKÓW NEWS w Internecie

I. Informacje ogólne:

PLAY KRAKÓW NEWS (PKN) to serwis informacyjno-publicystyczny koprodukowany przez Gminę Miejską Kraków, Kraków5020 sp. z o.o. i Krakowskie Biuro Festiwalowe. Nowe wydania można zobaczyć codziennie o godzinie 18.00 - dostępne bezpłatnie w polskiej i ukraińskiej wersji językowej – na stronie <https://playkrakow.news> i na profilu [Facebook](#). Po emisji programu można go obejrzeć w formie bezpłatnego materiału VOD. Zamawiający zastrzega, iż w trakcie realizacji zamówienia godziny nadawania audycji mogą ulec zmianie, o czym Wykonawca zostanie poinformowany z co najmniej 7 dniowym wyprzedzeniem.

PLAY KRAKÓW NEWS to serwis mówiący o wszystkim, co ważne, ciekawe i potrzebne. Tematyka: społeczeństwo, kultura, sport. Adresowany głównie do mieszkańców Krakowa, jak i do wszystkich zainteresowanych.

Genezą powstania PKN była wojna w Ukrainie. Tydzień po jej rozpoczęciu podjęto decyzję o stworzeniu programu dostępnego również w języku ukraińskim, by uporządkować akcje pomocowe organizowane przez mieszkańców Krakowa.

Wydania emitowane od poniedziałku do piątku o 18.00 realizowane są na żywo ze studia w Centrum Kongresowym ICE Kraków. Realizowane są także wydania specjalne serwisu.

Z uwagi na prognozowany rozwój PKN w trakcie trwania umowy w kierunku audycji o szerokim profilu tematycznym, Zamawiający dopuszcza, iż w trakcie realizacji zamówienia, nastąpi zmiana nazwy profili mediów społecznościowych jak i adres strony www produktu. Zasadnicze założenia funkcjonowania audycji pod zmienioną nazwą pozostaną takie same jak dla PKN. W przypadku zmiany nazwy, Wykonawca z co najmniej 7 dniowym wyprzedzeniem zostanie poinformowany o takiej zmianie wraz z dostarczeniem niezbędnych informacji potrzebnych do dokonania zmian w prowadzonej kampanii promocyjnej będącej przedmiotem zamówienia. W przypadku dokonania zmiany nazwy audycji PKN, wszelkie zapisy Opisu Przedmiotu Zamówienia dotyczące PKN będą mieć zastosowanie do produktu o zmienionej nazwie.

II. Cel i zakres zamówienia:

Celem zamówienia jest wzrost rozpoznawalności serwisu PLAY KRAKÓW NEWS wśród mieszkańców Polski, przede wszystkim mieszkańców Krakowa i regionu Małopolski, a także wzrost oglądalności transmisji live serwisu i materiałów VOD publikowanych na stronie www.playkrakow.news, poprzez

1. Prowadzenie mediów społecznościowych:

- 1) Facebook - zakres zamówienia: publikowanie postów minimalnie 1 dziennie oraz co najmniej 3 dziennie średnio tygodniowo z materiałami otrzymanymi od Zamawiającego (redakcji serwisu) i zapowiedziami materiałów; publikowanie stories co najmniej 1 dziennie oraz co najmniej 2 dziennie średnio tygodniowo z materiałami otrzymanymi od Zamawiającego (redakcji serwisu) i zapowiedziami materiałów, z możliwością zwiększenia, w zależności od bieżących potrzeb;
- 2) Twitter - zakres zamówienia: tweety publikowane w trakcie programu na żywo z cytataми gości, informacje w ciągu dnia i retweety reporterów PKN; co najmniej 1 tweet dziennie oraz co najmniej 3 dziennie średnio tygodniowo
- 3) YouTube – zakres zamówienia: tworzenie playlist tematycznych i ich sukcesywne uzupełnianie materiałami dostarczonymi przez Zamawiającego (redakcję serwisu); co najmniej 3 publikacje tygodniowo;
- 4) TikTok – zakres zamówienia: prowadzenie konta, co najmniej 3 materiały tygodniowo z co najmniej 1-dniowym interwałem; z możliwością zwiększenia, w zależności od bieżących potrzeb;

- 5) Instagram – zakres zamówienia: prowadzenie konta, co najmniej 3 posty tygodniowo z co najmniej 1-dniowym interwałem; z możliwością zwiększenia, w zależności od bieżących potrzeb; publikowanie stories – co najmniej 3 materiały tygodniowo z co najmniej 1-dniowym interwałem; z możliwością zwiększenia, w zależności od bieżących potrzeb;
 - 6) WhatsApp – zakres zamówienia: prowadzenie publicznego kanału z newsami, co najmniej 1 materiał tygodniowo.
2. Prowadzenie reklamy w Internecie:
- 1) Realizacja płatnych reklam internetowych: Google Ads, Facebook Ads, Twitter Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads, YouTube Ads, mailing, content marketing, reklama natywna, reklama vod lub inne zaproponowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego. Realizacja tego zadania będzie następować w oparciu o następujące założenia:
 - a) Wykonawca, w terminie do 7 dni od zawarcia umowy, jest zobowiązany do dostarczenia Zamawiającemu strategii kampanii internetowej serwisu PLAY KRAKÓW NEWS. Strategia winna uwzględniać cele Zamawiającego, założenia kampanii, harmonogram kampanii (podział kampanii na etapy) uwzględniający cały okres realizacji zamówienia, zakładane przez Wykonawcę cele do osiągnięcia, możliwe do pomiaru wskaźniki (np. CPM, CPC, viewability, bounce rate, czas spędzony na stronie), rodzaj/nazwa działania online.
 - b) Wykonawca, w terminie do 7 dni od zawarcia umowy, wraz z dostarczeniem strategii kampanii internetowej jest zobowiązany do dostarczenia Zamawiającemu szczegółowego planu I etapu kampanii internetowej serwisu PLAY KRAKÓW NEWS. Plan winien zawierać szczegółowy zakres kampanii, proponowane elementy graficzne, grupy docelowe, zakładane wskaźniki do osiągnięcia, budżet na I etap ze wskazaniem kosztów poszczególnych kanałów medialnych.
 - c) Przed rozpoczęciem każdego kolejnego etapu kampanii, Wykonawca winien przedstawić plan danego etapu kampanii, który winien uwzględniać również podsumowania i wnioski z poprzednich etapów. Wykonawca winien na bieżąco optymalizować parametry kampanii w celu możliwie najbardziej efektywnego wykorzystania budżetu przeznaczonego na daną kampanię, a także do dążenia do osiągnięcia zakładanych w kampanii celów;
 - d) W trakcie trwania kampanii, Wykonawca może dokonać korekty strategii kampanii wynikającej z dotychczasowego przebiegu kampanii;
 - e) Strategia kampanii oraz plany poszczególnych etapów kampanii winny być opracowane w oparciu o dostępny budżet przeznaczony na realizację kampanii;
 - f) Przygotowane przez Wykonawcę dokumenty, w szczególności strategię kampanii, plany kampanii, comiesięczne raporty, będą przedmiotem spotkań w ramach Consultingu strategicznego, podczas których Zamawiający może zgłaszać uwagi, sugestie co do dalszych działań;
 - g) Wykonawca przy opracowaniu strategii kampanii oraz planów poszczególnych etapów kampanii może skorzystać z wzoru opracowanego przez Zamawiającego stanowiącego załącznik nr 1 do OPZ;
 - h) Zamawiający może wskazywać Wykonawcy konkretne treści (posty, grafiki itp.), które będą objęte płatną kampanią, a także ich zakres, np. kwotę, grupę docelową oraz proponowany czas trwania kampanii;
 - i) Kampania internetowa winna być prowadzona co do zasady w cyklach (etapach) miesięcznych. W trakcie trwania zamówienia, Zamawiający zakłada realizację 6 etapów miesięcznych. Budżet przeznaczony na realizację każdego z etapów wynosi 25 000 zł brutto (słownie: dwadzieścia pięć tysięcy złotych). Wykonawca w ramach opracowanej strategii i planów kampanii może zaproponować inne rozłożenie kosztów kampanii w trakcie jej trwania;
 - j) Zamawiający może wstrzymać publikację reklam na wskazany przez siebie okres (t.j. miesiąc bądź miesiące), a Wykonawca zobowiązuje się przenieść niewykorzystaną wartość na inne, wskazane przez Zamawiającego.
 3. Usługi dodatkowe:
 - 1) Consulting strategiczny w komunikacji i reklamie internetowej w siedzibie Zamawiającego – analiza osiągniętych celów, statystyk i raportów oraz akceptacja pomysłów na kampanie promocyjne. Zamawiający planuje 1 lub 2 spotkania miesięcznie o łącznej długości 8 godzin. Terminy spotkań

będą ustalane na bieżąco. Zamawiający dopuszcza spotkania w formie zdalnej. W pierwszym miesiącu realizacji, Zamawiający ustala 1 spotkanie trwające 4 godziny.

- 2) Realizacja dodatkowych roboczogodzin – szacowana maksymalna liczba roboczogodzin: 15 miesięcznie, z zastrzeżeniem, iż w pierwszym miesiącu realizacji, Zamawiający przewiduje maksymalnie 7,5 roboczogodzin. W ramach roboczogodzin Zamawiający przewiduje realizację analogicznego zakresu jak przy obsłudze kanałów; zlecenie roboczogodzin będzie następowało w celu zwiększenia intensywności/zwiększenia zakresu obsługi kanałów lub realizacji akcji specjalnych promujących PLAY KRAKÓW NEWS lub realizacji kampanii promocyjnych w zakresie objętym zamówieniem dotyczących wydań specjalnych PKN.

Informacje dodatkowe:

- 1) Zamawiający szacuje, iż realizacja zamówienia w zakresie obsługi graficznej profili wymagać będzie około 2 godzin pracy grafika codziennie.
- 2) Zamawiający wymaga aby materiały publikowane na Twitterze były publikowane w trakcie trwania audycji na żywo, co wymaga od Wykonawcy bieżącego śledzenia audycji trwających na żywo.

III. Zakres obowiązków Wykonawcy:

1. Systematyczne prowadzenie kont w mediach społecznościowych obejmujące w szczególności publikację treści dostosowanych do danego medium, ich grupy odbiorców i specyfiki programu newsowego.
2. Przygotowanie treści postów, stories i reklam internetowych zgodnie z aktualnie panującymi trendami w komunikacji wraz z wykorzystaniem wszystkich możliwości technicznych udostępnianych przez portale społecznościowe, platformy streamingowe, portale horyzontalne, aplikacje Google i in.
3. Kompleksowe przygotowywanie i wykonanie indywidualnych postów i reklam internetowych (grafika/video + tekst), a także cover photo, zdjęć profilowych, stories i rolek, nakładek na zdjęcia profilowe, graficznych szablonów do postów tematycznych, wraz z przeniesieniem praw autorskich do wytworzonych materiałów. Materiały graficzne muszą być zgodne z otrzymanymi elementami graficznymi, charakteryzować się spójną koncepcją wizualną i tekstową (czcionki, graficzne elementy wspólne, styl i jakość przekazu, forma komunikacji), a także innowacyjnością, oryginalnością i estetycznym wykonaniem.
4. Przeniesienie praw autorskich do wszystkich utworów (reklam i postów) wytworzonych w ramach realizowanego zamówienia na zasadach określonych w projektowanych zapisach umowy.
5. Moderacja interakcji z użytkownikami serwisów:
 - a) Moderacja rozmów z internautami, tj. bieżąca reakcja (także w soboty, niedziele i dni wolne od pracy) na komentarze i wiadomości użytkowników, m.in. odpowiedzi na pojawiające się na profilach wpisy internautów (komentarze), prowadzenie korespondencji z internautami w zakładce wiadomości/skrzynka odbiorcza oraz poprzez komunikatory, moderowanie dyskusji pod postami i materiałami, reagowanie w formie komentarzy lub polubień (reakcji), na inne działania użytkowników, typu udostępnienia, wzmianki, oznaczenia innych profili, tagi, itp.
 - b) Konsultowanie z Zamawiającym odpowiedzi na komentarze z grupy wysokiego ryzyka, w szczególności dotyczy to komentarzy agresywnych, komentarzy dotyczących danych wrażliwych, komentarzy negatywnych nie dotyczących treści zamieszczonego postu lub innych, które Wykonawca uzna za grupę wysokiego ryzyka.
 - c) Stosowanie i pilnowanie zasad przyzwoitego zachowania w Internecie wśród użytkowników profilu, a także zgodnej z netykietą reakcji na komentarze oraz wiadomości użytkowników.
6. Dostarczanie Zamawiającemu następujących miesięcznych raportów w formie elektronicznej, do 10-go dnia kolejnego miesiąca:
 - a) monitoring profili społecznościowych PKN i raporty zawierające informacje m.in. o przyroście fanów, demografii fanów, zasięgu wyświetleń, współczynnika CTR, zaangażowaniu użytkowników, użytkownikach wchodzących w interakcję ze stroną, najbardziej angażujących postach,
 - b) raporty z przeprowadzonych płatnych reklam internetowych zawierające informacje m.in. o zastosowanych kanałach medialnych, oczekiwanych i zrealizowanych wskaźnikach kampanii. Raporty winny pozwalać Zamawiającemu na ocenę skuteczności zrealizowanych kampanii, w tym osiągnięcie wymaganych wskaźników. W raporcie musi znaleźć się potwierdzenie wydatkowanych środków oraz co najmniej szczegółowe dane na temat targetowania podczas kampanii grup

docelowych, do których trafiła kampania, zasięgu promowanych postów, aktywności internautów w związku z prowadzoną kampanią. Zamawiający dopuszcza, iż po uzgodnieniu w trybie roboczym, raport z przeprowadzonych płatnych reklam internetowych będzie przedstawiany w innym terminie wynikającym z terminu realizacji danego etapu kampanii, z zastrzeżeniem zachowania częstotliwości 1 raport w każdym miesiącu obowiązywania umowy (począwszy od 2 miesiąca obowiązywania umowy).

7. Zamawiający może zlecić lub dopuszcza, że Wykonawca z własnej inicjatywy zaproponuje przygotowanie i przeprowadzanie konkursów. W tym zakresie Wykonawca będzie zobowiązany do przygotowania i opracowania formuły konkursu, która będą podlegać akceptacji Zamawiającego oraz prowadzenie konkursu zgodnie z zasadami obowiązującymi w serwisach. Nagrody dla zwycięzców poszczególnych konkursów zapewnia Zamawiający. Wykonawca nie jest zobowiązany do zapewniania nagród i nie ponosi kosztów z tym związanych. Serwisy, na których będą przeprowadzane konkursy Wykonawca będzie ustalał z Zamawiającym w trybie roboczym.
8. Wykorzystywanie danych ze statystyk w celu ponownego dotarcia do użytkownika (remarketing) we współpracy i w zakresie wybranym przez Zamawiającego.
9. Aktualizowanie działań na profilach na podstawie bieżących kontaktów z Zamawiającym, reagowanie na treści pojawiające się w serwisie PKN w trybie Real-Time Marketing.

IV. Zasady realizacji zamówienia:

1. Zamawiający zobowiązuje się do bieżącego przekazywania materiałów do publikacji w terminie pozwalającym na ich wykorzystanie do publikacji. Wykonawca może wnioskować do Zamawiającego o udostępnienie materiałów, przekazanie informacji niezbędnych do realizacji zamówienia.
2. Wykonawca publikuje na kanałach materiały przygotowane przez Wykonawcę bez uzyskiwania każdorazowo akceptacji Zamawiającego, z wyłączeniem sytuacji gdy na żądanie Zamawiającego Wykonawca winien przedstawić drogą elektroniczną dwie propozycje publikacji na profilu do wyboru przez Zamawiającego. Zamawiający jest zobowiązany do dokonania wyboru zgłoszonych propozycji lub zwrócenia materiałów z uwagami niezwłocznie.
3. Wykonawca ma obowiązek uwzględnić uwagi Zamawiającego i dokonać poprawek niezwłocznie. Procedura będzie powtarzana do momentu uzyskania efektu, który będzie satysfakcjonował Zamawiającego i zostanie przez niego zaakceptowany.
4. Wykonawca musi wykazywać się kreatywnym i nowatorskim spojrzeniem na wskazany temat. Wszystkie zrealizowane materiały mają charakteryzować się spójną estetyką wykonania, atrakcyjnością wizualną, różnorodnością, nowoczesnością oraz muszą być czytelne dla odbiorcy.
5. Wykonawca winien prowadzić bieżący monitoring profili społecznościowych PKN i reagować na aktywność użytkowników profili przez cały okres obowiązywania umowy we wszystkie dni tygodnia (24 h/7 dni), w tym m.in. prowadzenia monitoringu wizerunku oraz osiąganych rezultatów (np. wzrostu liczby fanów, osiąganego zasięgu organicznego i nieorganicznego poszczególnych postów, ilości reakcji i zaangażowania użytkowników, śledzenia opublikowanych treści najlepszych i najgorszych pod względem reakcji i dotarcia do odbiorców itp.)
6. Wykonawca jest uprawniony do korzystania z materiałów wyprodukowanych przez Zamawiającego wyłącznie w celu wykorzystania ich do realizacji zamówienia.

Wzór strategii kampanii oraz planów poszczególnych etapów kampanii

Charakterystyka działania online i grupy odbiorców	
plan i opis (strategia, parametry, metody itd.)	<p>.....</p> <p>.....</p> <p><i>szczegółowy opis planowanego sposobu realizacji założonych celów i wskaźników rozłożony w czasie, proponowanych kanałów, metod dotarcia i kierowania reklam (np. grupy demograficzne, zainteresowania, miejsca docelowe/serwisy, tematy, słowa kluczowe, wykluczenia itp.), ewentualne formaty reklam wraz z uzasadnieniem, proponowane materiały do wykorzystania (np. grafika, video itp.) (500-700 znaków ze spacjami)</i></p>
zdefiniowanie grup docelowych	<p>.....</p> <p>.....</p> <p><i>szczegółowy opis (charakterystyka, kryteria doboru itd.) grup, do których kierowane będą działania wraz z uzasadnieniem (300-500 znaków ze spacjami)</i></p>
monitorowanie i weryfikacja realizacji działania oraz wskaźników	
monitoring realizacji oraz weryfikacja wskaźników/celów	<p>.....</p> <p>.....</p> <p><i>szczegółowy opis propozycji monitorowania efektywności i weryfikacji, nazwa narzędzi analitycznych, które umożliwią Zamawiającemu wgląd w pełne statystyki, sposoby optymalizacji, raportowania (300-500 znaków ze spacjami)</i></p>

Dokumenty winny uwzględniać wskaźniki kampanii (etapów kampanii), np. CPM, CPC, viewability, bounce rate, czas spędzony na stronie.