

Nazwa i adres firmy:

.....
.....
.....

**EFEKTY I KONCEPCJA
ZAPROPONOWANYCH DZIAŁAŃ**

I. Efekty zaproponowanych działań

Szczegółowe informacje na temat liczby proponowanych działań

| | Nazwa kryterium | Proponowana liczba (uzupełnia Wykonawca) |
|----|--|---|
| 1. | Promocja filmów na FB: deklarowany zasięg postów (dla pojedynczego postu) (minimalny zasięg 4000) | |
| 2. | Liczba zastosowanych ramek w metrze (dla 1 wzoru plakatów) (minimum 50) | |
| 3. | Zasięg efektywny kampanii w radiu (pojedyncza fala) (minimum 40%) | |
| 4. | Wyniki sprzedaży tygodnika, w którym ukaże się insert | |
| 5. | Deklarowany nakład insertu | |

II. Koncepcja zaproponowanych działań

UWAGI WSTĘPNE:

1. Brief oraz treatment do filmów z beneficjentami (nie dotyczy filmu relacji z wydarzenia) muszą pozwolić określić Zamawiającemu czy przedstawiona forma realizacji zamówienia jest odpowiednia. W rozumieniu Zamawiającego obydwie te dokumenty mają być kreatywnymi opisami pomysłu Wykonawcy na realizację tego projektu. Mają być przygotowane na przykładzie jednego filmu:
 - a) w przypadku briefu ma on zawierać informacje m.in. na temat odbiorców filmów, głównych celów realizacji zamówienia, analizy rynku, budżetu, idei i pomysłów związanych z realizacją tego projektu. Ma precyzować i określać zadania stawiane firmie produkującej filmy,
 - b) treatment natomiast w rozumieniu Zamawiającego ma być indywidualnym i kreatywnym projektem koncepcyjnym decyzji oraz wizji reżyserskiej dotyczącej realizacji jednego filmu, jednak dodatkowo ma w skrócie przedstawiać ogólną koncepcję dotyczącą całej serii filmów z beneficjentami.
2. W koncepcji graficznej do filmu z beneficjentami ma być zaprezentowana plansza początkowa i przykłady grafik/infografik/napisów i innych elementów graficznych, które Wykonawca zastosuje w celu uatrakcyjnienia przekazu.
3. Zamawiający wymaga, aby wszystkie opracowane materiały (w tym także projekt na Facebooka oraz do ramki w metrze) dotyczyły tego samego tematu/beneficjenta, ponieważ mają one na celu zobrazować koncepcję Wykonawcy na realizację pojedynczej fali kampanii. Wykonawca podczas sporządzania oferty może wybrać temat spośród przykładowych projektów wskazanych w SOPZ: cz. XI. Informacje uzupełniające nt. planowanych treści kampanii, pkt. 2. Projekty realizowane dzięki wsparciu funduszy europejskich, ppkt. 3 przykładowe projekty.
4. W zależności od specyfiki danego materiału może on być przedstawiony w formie opisów/obrazków/czytelnych screenów, zawierających przykładowy tekst, zdjęcia/grafiki, hashtagi, widoczne podlinkowania itp. Mogą też być dodane jako załącznik do niniejszego dokumentu.

1. Brief

2. Treatment

3. Koncepcja graficzna do filmu z beneficjentami

4. Koncepcja/projekt graficzny postu na Facebooka nt. filmu z beneficjentem (profil: Fundusze dla Mazowsza)

5. Projekt graficzny do ramki w metrze dot. tematu kampanii