

Pytanie nr 1

Przygotowujemy dla Państwa szacunki do ogłoszenie zamówienia na usługę przeprowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej szerokiego zasięgu prezentującej efekty wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020 (RPO WM). Zamówienie będzie obejmowało m.in. produkcję spotów reklamowych, obsługę mediów społecznościowych, reklamę outdoorową, w związku z powyższym prosimy o odpowiedzi na poniższe pytania, które są niezbędne do wyceny.

1.1

Outdoor - metro:

- a) ramki w metrze – prosimy o podanie ilości dni ekspozycji
- b) metroboardy – prosimy o podanie ilości dni ekspozycji (możliwe jest ekspozycja np. 1-15.04.2020 lub 1-30.04.2020), dwa pierwsze lub dwa ostatnie tygodnie danego miesiąca, lub pełny miesiąc.

1.2

Realizacja kampanii w mediach społecznościowych:

- a) Zamawiający napisał, że promocja każdego posta na Facebooku, (a jest ich 300) ma być przez cały okres trwania kampanii, prosimy o podanie ilości dni dla każdego posta, np. przez 14 dni ma by promowany każdy post.

1.3

Odnosnie Instagrama i pkt:

- a) „Wykonawca opracuje harmonogram i koncepcję przeprowadzenia kampanii reklamowej (zaproponuje cele/działania reklamy oraz kreację spójną z kreacją kampanii) za pomocą instastory z „swipe-up” promujących wskazane przez Zamawiającego treści.” – opcja ta jest dostępna u twórców, którzy mają ponad 10 000 followersów.
- b) „Płatne działania mające na celu pozyskanie nowych obserwatorów” – tego KPI nie możemy zagwarantować. Instagram nie ma takich samych opcji, jeśli chodzi o ustawianie kpi jak FB.

Sam social Państwa:

Facebook: 14 000 fanów

Średnia aktywność pod postem

Instagram: 100 fanów

Odpowiedzi:

Ad. 1.1, a) i b) – ramki w metrze, metroboardy

Wymagania w SOPZ dotyczące czasu ekspozycji zostały uzupełnione:

„3) ekspozycja w terminie 16-30 września 2020 r.”

Ad. 1.2, a) – media społecznościowe (facebook)

Zgodnie z pkt. 8 „w czasie publikacji postów przez Zamawiającego, Zamawiający będzie przekazywać Wykonawcy uwagi i polecenia dotyczące płatnej promocji”. Zazwyczaj posty będą promowane przez 7 dni. Zamawiający nie określa szczegółowo liczby dni promocji poszczególnych postów, ponieważ na etapie realizacji zamówienia będzie wskazywał Wykonawcy, które posty mają być promowane dłużej (np. zaproszenia na wydarzenia odbywające się za miesiąc czy posty promujące „efekt wow”) lub krócej (np. wydarzenia odbywające się następnego dnia). Ponieważ przy rozliczeniu kampanii będą brane pod uwagę wskaźniki, jakie osiągnie dany post, Zamawiający zakłada również, że niektóre posty będą w stanie szybciej wygenerować wymagane wskaźniki, a inne nie, więc również z tego względu dopuszcza pewną elastyczność w przypadku konieczności przedłużenia okresu promocji wybranych postów.

Ad. 1.3, a) – instagram (swipe-up)

10 000 followersów jest niezbędne dla twórców, którzy chcą używać swipe-up za darmo. W menadżerze reklam na Facebooku (platforma obsługująca zarówno Facebooka, jak i Instagrama) jak najbardziej jest możliwa opcja płatnej kampanii z udziałem swipe-up w instastory bez tej liczby obserwujących.

Ad. 1.3, b) – instagram (nowi obserwatorzy)

Zamawiający nie narzuca Wykonawcy konkretnych form płatnej promocji, których należy użyć w celu wygenerowania wskaźnika nowych polubień. Wykonawca może dowolnie wybierać opcje spośród płatnych działań promocyjnych dostępnych w menadżerze reklam na Facebooku, obsługującego również Instagrama. W związku z powyższym Zamawiający nie wyklucza takiej możliwości, aby nowi obserwujący zostali pozyskani dzięki promowaniu profilu instagramowego Zamawiającego na Facebooku.

Pytanie nr 2

Przygotowujemy dla Państwa szacunki do ogłoszenie zamówienia na usługę przeprowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej szerokiego zasięgu prezentującej efekty wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020 (RPO WM). Zamówienie będzie obejmowało m.in. produkcję spotów reklamowych, obsługę mediów społecznościowych, reklamę outdoorową, w związku z powyższym prosimy o odpowiedzi na poniższe pytania, które są niezbędne do wyceny.

Dotyczy:

SPOTY PROMOCYJNE – EMISJA, dwóch spotów 30 sek. i spotu 15 sek.:

Emisja na ekranach LCD w komunikacji miejskiej, w klubach fitness, w kinie – kampania on screen

W załączonym zapytaniu od Państwa są dwa zapisy:

2) zasięg: Warszawa oraz **pięć** pozostałych subregionów Mazowsza**, przy czym 50% emisji ma być zrealizowanych w Warszawie,

3) (**)**Zadaniem Wykonawcy jest takie zaplanowanie kampanii, aby emisje były rozłożone w miarę możliwości równomiernie na całym obszarze województwa mazowieckiego, tj. były emitowane we wszystkich subregionach Mazowsza – w miastach i okolicach: Radomia, Płocka, Siedlec, Ciechanowa, Ostrołęki, w tym w minimum 6 spośród 12 największych miast województwa mazowieckiego: Radom, Płock, Siedlce, Ciechanów, Ostrołęka, Żyrardów, Pruszków, Legionowo, Piaseczno, Otwock, Mińsk Mazowiecki, Wołomin.**

Pytanie: w ilu miastach ma być emisja? Warszawa plus 5 miast, czy Warszawa plus 6 miast.

Odpowiedź:

Wymagania w SOPZ dotyczące emisji spotów na wszystkich nośnikach zostały uproszczone i ujednoczone:

„zasięg: 50% – Warszawa oraz 50% – pozostała część Mazowsza**”.

I dalej:

„(**)**Zadaniem Wykonawcy jest takie zaplanowanie kampanii, aby emisje były rozłożone w miarę możliwości równomiernie na całym obszarze województwa mazowieckiego, tj. były emitowane we wszystkich subregionach Mazowsza – w miastach: Warszawa, Radom, Płock, Siedlce, Ciechanów, Ostrołęka (6 – obowiązkowo). Wskazana jest również emisja w wymienionych miastach województwa mazowieckiego: Pruszkowie, Legionowie, Piasecznie, Otwocku, Mińsku Mazowieckim, Wołominie, Żyrardowie (7 – dodatkowo)”**