

## **Rozeznanie rynku na opracowanie koncepcji kreatywnej i realizacji kampanii promocyjnej Szlaku Piastowskiego**

Wielkopolska Organizacja Turystyczna, w ramach procedury rozeznania rynku, zwraca się z prośbą o dokonanie szacunkowej wyceny zamówienia pn. Opracowanie koncepcji kreatywnej i realizacja kampanii promocyjnej Szlaku Piastowskiego w ramach projektu RPWP.04.04.01-30-0001/17 „Rozwój kluczowego szlaku dziedzictwa kulturowego województwa wielkopolskiego pn. Szlak Piastowski” współfinansowanego przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Zwracamy się z prośbą o oszacowanie poszczególnych kosztów usług, zgodnie z poniższym zestawieniem i przesłanie na załączonym formularzu.

1. opracowanie całościowej koncepcji wraz z harmonogramem 4-miesięcznej kampanii promocyjnej z wykorzystaniem efektywnie dobranych narzędzi marketingu ATL i BTL;
2. przygotowanie i przeprowadzenie jakościowych badań pre i post; mających na celu weryfikację podjętych działań oraz skuteczności przeprowadzonej kampanii promocyjnej markowego produktu turystyki kulturowej, jakim jest Szlak Piastowski;
3. przygotowanie i realizacja 4-miesięcznej kampanii promocyjnej on-line. Kampania powinna opierać się na już istniejących kanałach przekazu, w tym profilu FB Szlaku Piastowskiego ([facebook.com/ZwiedzajSzlakPiastowski](https://facebook.com/ZwiedzajSzlakPiastowski)), profilu Instagram ([instagram.com/szlakpiastowskipl](https://instagram.com/szlakpiastowskipl)) oraz kanale na portalu YouTube ([youtube.com/channel/UckS-2QGSi0anYBjB\\_ih97cQ](https://youtube.com/channel/UckS-2QGSi0anYBjB_ih97cQ)). W trakcie Kampanii nie zakłada się tworzenia nowych serwisów www oraz profili w *social media*, jednym z celów jest konwersja na ruch na stronach [szlakpiastowski.pl](http://szlakpiastowski.pl) oraz [wielkopolska.travel](http://wielkopolska.travel);
4. przygotowanie i publikacja 4 artykułów na wybranych ogólnopolskich serwisach internetowych o tematyce turystycznej (w tym działach poświęconych turystyce, będących częścią dużych, wielotematycznych portali);
5. współpraca z dwoma polskimi blogerami (profil: turystyka, podróże, podróże po Polsce), posiadającymi co najmniej 50 000 unikalnych użytkowników (UU) miesięcznie na stronie bloga wg Google Analytics oraz minimum 15 000 osób obserwujących na portalu Facebook i minimum 5000 osób obserwujących na portalu Instagram, skutkująca publikacją co najmniej 2 wpisów na każdym blogu oraz co najmniej 20 postami w mediach społecznościowych na każdego z blogerów;

6. projekt graficzny, wydruk i ekspozycja 1-miesięczna w sumie 80 plakatów w formie citylight na przystankach komunikacji miejskiej w centrach następujących miast: Poznań, Szczecin, Wrocław, Kraków, Warszawa, Bydgoszcz;
7. organizacja czterech 4-dniowych wizyt studyjnych Szlakiem Piastowskim w Wielkopolsce, każda dla 6 osób z obowiązkowym (dodatkowym) udziałem po jednym przedstawicielu Zamawiającego i Wykonawcy (preferowany termin kwiecień – lipiec 2019 roku), na trasach

I trasa:

dzień 1	Poznań – Lubiń – Grzybowo – Poznań
dzień 2	Poznań – Pobiedziska – Dziekanowice – Gniezno – Trzemeszno
dzień 3	Biskupin – Wenecja – Wągrowiec – Czerwonak – Poznań
dzień 4	Poznań

II trasa:

dzień 1	Poznań – Lubiń – Kalisz
dzień 2	Kalisz – Konin – Łąd – Pyzdry – Grzybowo
dzień 3	Gniezno – Ostrów Lednicki – Pobiedziska – Poznań
dzień 4	Poznań

w ofercie należy ująć:

- rekrutację uczestników wśród osób opiniotwórczych, blogerów, dziennikarzy, touroperatorów organizujących wyjazdy krajowe;
  - usługi noclegowe w miejscach odpowiadających standardowi hotelu 3 gwiazdkowemu lub równoważnemu zgodnie z ustawą o usługach turystycznych; obiekty noclegowe muszą być ujęte w Rejestrze Organizatorów Turystyki i Przedsiębiorców Ułatwiających Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych Marszałka Województwa Wielkopolskiego;
  - usługi gastronomiczne w tym pełne wyżywienie dzienne (3 posiłki);
  - usługi transportowe dla osób i bagażu (niepublicznym, klimatyzowanym środkiem transportu) pomiędzy miejscami realizacji programu;
  - przygotowanie szczegółowego programu wizyty;
  - pilotaż oraz obsługę programu turystycznego i rekreacyjnego;
8. organizacja 2 konferencji prasowych z udziałem przedstawicieli co najmniej 15 różnych przedstawicieli mediów tradycyjnych (prasa, radio, TV) o zasięgu ogólnopolskim;
  9. przygotowanie i publikacja 2 ogłoszeń prasowych w formacie/wielkości *junior page* w dzień powszedni na stronach redakcyjnych w codziennej prasie regionalnej (woj. wielkopolskie, lubuskie, zachodniopomorskie, dolnośląskie, łódzkie, kujawsko-pomorskie) o średnim nakładzie co najmniej 25 000 egzemplarzy;

10. przygotowanie i publikacja 2 ogłoszeń prasowych w formacie/wielkości *junior page*; w bezpłatnej prasie o zasięgu regionalnym (Wielkopolska) o średnim nakładzie co najmniej 20 000 egzemplarzy;
11. przygotowanie i publikacja 1 czterostronicowego *insertu* (dodatku tematycznego) do ogólnopolskiego tygodnika o profilu społeczno-kulturalnym o średnim nakładzie co najmniej 50 000 egzemplarzy;
12. przygotowanie i publikacja 1 dwustronicowego artykułu w ogólnopolskim tygodniku o profilu podróżniczym o średnim nakładzie co najmniej 20 000 egzemplarzy;
13. przygotowanie i realizacja 2 wydarzeń typu *ambient marketing* (działań niestandardowych, angażujących odbiorców) w wybranym mieście na wielkopolskim odcinku Szlaku Piastowskiego;
14. przygotowanie i 14-dniowa emisja w ogólnopolskiej stacji radiowej o profilu społeczno-kulturalnym 30-sekundowych spotów, co najmniej 3 spoty w ciągu dnia w tygodniu (od poniedziałku do niedzieli);

Wszystkie materiały informacyjno-promocyjne muszą odpowiadać wymogom unijnym. Oznaczenia na przedmiotach służących promocji Funduszy Europejskich powinny być wykonane w sposób trwały, trudny do usunięcia. Każdy materiał promocyjny musi zawierać minimum oznaczenie Funduszy Europejskich oraz Unii Europejskiej, zgodnie z oznakowaniem wskazanym pod poniższym linkiem

<http://wrpo.wielkopolskie.pl/realizuje-projekt/poznaj-zasady-promowania-projektu/zasady-dla-umow-podpisanych-do-31-grudnia-2017-r>

Niniejsze zapytanie prowadzone jest w celu dokonania właściwego oszacowania wartości docelowego zamówienia i nie stanowi oferty w myśl Art. 66 Kodeksu Cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem w rozumieniu ustawy Prawo zamówień publicznych.

Wycenę prosimy przesłać na adres e-mail [alina.furmaniuk@wot.org.pl](mailto:alina.furmaniuk@wot.org.pl) w terminie do 14 grudnia 2018 r. do godz. 16.00 wpisując w temacie wiadomości "Kampania promocyjna - badanie rynku.

## Rozeznanie rynku na opracowanie koncepcji kreatywnej i realizacji kampanii promocyjnej Szlaku Piastowskiego

wyceniający:

osoba do kontaktu:

e-mail:

telefon:

data sporządzenia wyceny:

	nazwa zadania	liczba jednostek	cena jednostkowa netto PLN	cena jednostkowa brutto PLN	cena dla wszystkich jednostek brutto PLN
1	opracowanie całościowej koncepcji wraz z harmonogramem 4-miesięcznej kampanii promocyjnej z wykorzystaniem efektywnie dobranych narzędzi marketingu ATL i BTL;	1			
2	przygotowanie i przeprowadzenie jakościowych badań pre i post;	1			
3	przygotowanie i realizacja 4-miesięcznej kampanii promocyjnej on-line;	1			
4	przygotowanie i publikacja artykułów na wybranych ogólnopolskich serwisach internetowych o tematyce turystycznej (w tym działach poświęconych turystyce, będących częścią dużych, wielotematycznych portali);	4			
5	współpraca z dwoma polskimi blogerami skutkująca publikacją co najmniej 2 wpisów na każdym blogu oraz co najmniej 20 postami w mediach społecznościowych każdego z blogerów;	2			
6	kampania outdoor, tj. projekt graficzny, wydruk i ekspozycja 1-miesięczna w sumie 80 plakatów w formie citylight na przystankach komunikacji miejskiej w centrach następujących miast: Poznań, Szczecin, Wrocław, Kraków, Warszawa, Bydgoszcz;	1			
7	organizacja i przeprowadzenie 4-dniowych wizyt studyjnych Szlakiem Piastowskim w Wielkopolsce, każda dla 6 osób z obowiązkowym (dodatkowym) udziałem przedstawicieli Zamawiającego i Wykonawcy (preferowany termin kwiecień – lipiec 2019 roku);	4			
8	organizacja konferencji prasowych z udziałem dziennikarzy z wiodących ogólnopolskich dzienników i tygodników opinii w mieście/miejscu na Szlaku Piastowskim w Wielkopolsce;	2			

	<b>nazwa zadania</b>	<b>liczba jednostek</b>	<b>cena jednostkowa netto PLN</b>	<b>cena jednostkowa brutto PLN</b>	<b>cena dla wszystkich jednostek brutto PLN</b>
9	przygotowanie i publikacja ogłoszeń prasowych w formacie/wielkości junior page w dzień powszedni na stronach redakcyjnych w codziennej prasie regionalnej (woj. wielkopolskie, lubuskie, zachodniopomorskie, dolnośląskie, łódzkie, kujawsko-pomorskie) o średnim nakładzie co najmniej 25 000 egzemplarzy;	2			
10	przygotowanie i publikacja ogłoszeń prasowych w formacie/wielkości junior page w bezpłatnej prasie o zasięgu regionalnym (Wielkopolska) o średnim nakładzie co najmniej 20 000 egzemplarzy;	2			
11	przygotowanie i publikacja czterostronicowego insertu (dodatku tematycznego) do ogólnopolskiego tygodnika o profilu społeczno-kulturalnym o średnim nakładzie co najmniej 50 000 egzemplarzy;	1			
12	przygotowanie i publikacja trzystronicowego artykułu w ogólnopolskim tygodniku o profilu podróżniczym o średnim nakładzie co najmniej 20 000 egzemplarzy;	1			
13	przygotowanie i realizacja wydarzeń typu ambient marketing (działań niestandardowych, angażujących odbiorców) w wybranym mieście na wielkopolskim odcinku Szlaku Piastowskiego;	2			
14	kampania radiowa tj. przygotowanie i 14-dniowa emisja w ogólnopolskiej stacji radiowej o profilu społeczno-kulturalnym 30-sekundowych spotów, co najmniej 3 spoty w ciągu dnia w tygodniu (od poniedziałku do niedzieli);	1			