

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.

Kampania skierowana jest na rynek krajowy, z szczególnym nasileniem działań w województwie wielkopolskim i województwach ościennych (tj. dolnośląskim, kujawsko-pomorskim, lubuskim, łódzkim i zachodniopomorskim). Głównymi grupami docelowymi są turyści indywidualni (zwł. rodziny z dziećmi, seniorzy, turyści weekendowi) oraz grupy zorganizowane (zwł. grupy szkolne oraz pośrednio osoby inicjujące i przygotowujące wyjazdy zorganizowane m.in. nauczyciele, organizatorzy turystyki, animatorzy kultury czy touroperatorzy obsługujący turystykę wewnątrz krajową);

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), profilu Instagram (instagram.com/szlakpiastowskipl) oraz kanale na portalu YouTube (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 oraz wielkopolska.travel;
4. przygotowanie i publikacja 2 artykułów na wybranych ogólnopolskich serwisach internetowych o tematyce turystycznej (w tym w działach poświęconych turystyce, będących częścią dużych, wielotematycznych portali);

5. współpraca z 1 polskim blogerem (profil: turystyka, podróże, podróże po Polsce), posiadającym 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 blogu oraz co najmniej 20 postami w mediach społecznościowych w trakcie trwania kampanii;
6. projekt graficzny, wydruk i ekspozycja 1-miesięczna w sumie 80 plakatów w formie citylight na przystankach komunikacji miejskiej w centrach następujących miast: Poznań (15), Szczecin (10), Wrocław (10), Kraków (10), Warszawa (10), Bydgoszcz (15), Łódź (10);
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 – Pызdry – Grzybowo
dzień 3	Gniezno – Ostrów Lednicki – Pobiedziska – Poznań
dzień 4	Poznań

w kosztorysie 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 1 konferencji prasowej z udziałem przedstawicieli co najmniej 10 różnych przedstawicieli mediów tradycyjnych (prasa, radio, TV) o zasięgu ogólnopolskim;
 9. przygotowanie i publikacja 4 ogłoszeń prasowych w formacie/wielkości *junior page* w dzień powszedni na stronach redakcyjnych w codziennej prasie regionalnej w województwie wielkopolskim (2 publikacje) i kujawsko-pomorskim (2 publikacje) 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 dwustronicowego artykułu w ogólnopolskim tygodniku o profilu podróżniczym o średnim nakładzie co najmniej 20 000 egzemplarzy;
 12. przygotowanie i realizacja 2 wydarzeń typu *ambient marketing* (działań niestandardowych, angażujących odbiorców) w wybranym mieście na wielkopolskim odcinku Szlaku Piastowskiego;
 13. przygotowanie i realizacja niestandardowej akcji reklamowej trwającej w obrębie 14 dni kalendarzowych na antenie ogólnopolskiej stacji radiowej o profilu społeczno-kulturalnym;

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 w terminie do 4 stycznia 2019 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);	2			
5	współpraca z polskim blogerem, skutkująca publikacją co najmniej 2 wpisów na blogu oraz co najmniej 20 postami w mediach społecznościowych;	1			
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, Łódź;	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 prasowej z udziałem dziennikarzy z wiodących ogólnopolskich dzienników i tygodników opinii w mieście/miejscu na Szlaku Piastowskim w Wielkopolsce;	1			

	nazwa zadania	liczba jednostek	cena jednostkowa netto PLN	cena jednostkowa brutto PLN	cena dla wszystkich jednostek brutto PLN
9	przygotowanie i publikacja ogłoszenia prasowego w formacie/wielkości junior page w dzień powszedni na stronach redakcyjnych w codziennej prasie regionalnej (woj. wielkopolskie i kujawsko-pomorskie) o średnim nakładzie co najmniej 25 000 egzemplarzy;	4			
10	przygotowanie i publikacja ogłoszenia prasowego w formacie/wielkości junior page w bezpłatnej prasie o zasięgu regionalnym (Wielkopolska) o średnim nakładzie co najmniej 20 000 egzemplarzy;	2			
12	przygotowanie i publikacja dwustronicowego 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 w formie niestandardowej akcji reklamowej, trwającej w obrębie 14 dni kalendarzowych;	1			