



Warszawa, 16 kwietnia 2020 r.

Szacowanie wartości zamówienia

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.**

W ramach przygotowań do rozpoczęcia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości na „Przeprowadzenie w Internecie efektywnościowych kampanii informacyjno-promocyjnych działań realizowanych przez PARP”, zwracam się z prośbą o wycenę kosztu usługi.

Spis treści

Informacje ogólne o usłudze	2
Źródła finansowania	3
Przewidywany czas trwania umowy	3
Koszt usługi	3
Kontakt.....	3



Informacje ogólne o usłudze

Przedmiotem zamówienia będzie świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na obsłudze należących do PARP kont reklamowych w serwisach internetowych: Google Ads, Facebook oraz LinkedIn oraz przeprowadzeniu w szczególności za ich pomocą w internecie efektywnościowych kampanii informacyjno-promocyjnych działań realizowanych przez PARP.

W celu realizacji zamówienia Zamawiający będzie przekazywał Wykonawcy zlecenia w dwóch schematach:

W schemacie 1 w ramach każdej kampanii - na podstawie briefu - Wykonawca we współpracy z Zamawiającym przygotowuje założenia, mediaplan i kreacje, a po ich zaakceptowaniu przez Zleceniodawcę przeprowadzi efektywnościową kampanię informacyjno-promocyjną w sieciach reklamowych np. GDN, oraz serwisach społecznościowych, w których PARP prowadzi swoje profile (Facebook, Twitter, LinkedIn). Celem zadania będzie osiągnięcie wskaźników kampanii, nie niższych niż:

CTR

- średni dla reklam wyświetlanych w Search – 2%
- średni dla reklam wyświetlanych w Display (w tym GDN) – 0,5%
- średni dla reklam wyświetlanych w serwisie Facebook – 1,1%
- średni dla reklam wyświetlanych w serwisie Twitter – 0,5%
- średni dla reklam wyświetlanych w serwisie LinkedIn – 1,5 %
- średni dla reklam wideo w serwisie YouTube - 20%

jakość ruchu przekierowanego na portale należące do PARP: mierzona współczynnikiem konwersji celu ustalonym dla danej kampanii w mediaplanie.

Przykładowa kampania:

Cel: zaangażowanie mierzone uzyskaniem przez przekierowanego użytkownika nie mniej niż 2,01 strony/odwiedziny, a jego czasu spędzonego w witrynie (w czasie sesji) powinien wynosić co najmniej 1,5 minuty

Minimalny współczynnik konwersji celu do uzyskania: 15%

Docelowy landing page: strona docelowa Agencji wskazana przez Zamawiającego (funkcjonująca w ekosystemie stron internetowych PARP), np.: [Badania na rynek](#).

Czas: 2 miesiące

W schemacie 2 kampanie na w/w profilach będzie realizował Zamawiający, a Wykonawca na bieżąco będzie opłacał kampanię w platformie/platformach promocyjnych do wysokości zaplanowanego maksymalnego budżetu dla danej kampanii.

Źródła finansowania

Zamówienie może być współfinansowane ze środków:

- 1) Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, 2014-2020,
- 2) Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, 2014-2020,
- 3) Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, 2014-2020,
- 4) Norweskiego Mechanizmu Finansowego, 2014-2021,
- 5) projektu Enterprise Europe Network,
- 6) budżetu państwa.

Przewidywany czas trwania umowy

18 miesięcy (+/- 6 miesięcy).

Koszt usługi

Prosimy o podanie szacowanego kosztu usługi:

- 1) marża Wykonawcy w schemacie 1- wyrażona w procentach odnosząca się do przykładowego budżetu rocznego w wysokości 100 000 zł brutto.
- 2) marża Wykonawcy w schemacie 2- wyrażona w procentach odnosząca się do przykładowego budżetu rocznego w wysokości 500 000 zł brutto.

Powyższe budżety pokazują skalę zamówienia, właściwy budżet może się różnić.

Kontakt

Wycenę proszę przesłać na adres e-mail: izabela_skolimowska@parp.gov.pl w terminie do 23 kwietnia 2020 r. do godz. 16.00 wpisując w temacie wiadomości „Kampania internetowa - wycena”.

Karolina Dorywalska
Dyrektor
Departament Komunikacji i Marketingu
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości