

Warszawa, 14.06.2021 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 polegającej na obsłudze należących do PARP kont reklamowych w serwisach internetowych: Google Ads, Facebook, LinkedIn i Twitter oraz przeprowadzeniu za ich pomocą w internecie efektywnościowych kampanii informacyjno-promocyjnych działań realizowanych przez PARP.

Zakres zadań:

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). Wykonawca zrealizuje cel kampanii przy zachowaniu wskaźników jakościowych (CTR) nie niższych niż:
 - dla reklam wyświetlanych w Search – min 6%
 - dla reklam wyświetlanych w Display (w tym GDN) – min 0,5%
 - dla reklam wyświetlanych w serwisie Facebook – min 0,5%
 - dla reklam wyświetlanych w serwisie Twitter – min 0,5%
 - dla reklam wyświetlanych w serwisie LinkedIn – min 1,0 %
 - dla reklam wideo w serwisie YouTube – min 30%

Jakość kampanii będzie mierzona współczynnikiem konwersji celu ustalonym dla danej kampanii w mediaplanie.

Przykładowa kampania w schemacie 1:

Kampania programu „Badania na rynek”

Cel: zaangażowanie użytkowników na stronie docelowej mierzone uzyskaniem przez przekierowanego użytkownika średniego czasu spędzonego w witrynie (w czasie sesji) na poziomie 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), tu: [Badania na rynek](#).

Grupa docelowa: przedsiębiorcy z terenu Polski

Czas: 2 miesiące

Budżet: 40 000 zł brutto.

- **W schemacie 2** kampanie na w/w profilach będzie realizował Zamawiający, a Wykonawca na bieżąco będzie jedynie 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).

Przewidywana ilość kampanii internetowych w roku

10-15 kampanii o różnych budżetach, do wyczerpania limitu wydatków. Ilość kampanii może ulec zmianie, podana wartość jest orientacyjna.

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 600 000 zł brutto.
- 2) marża Wykonawcy w schemacie 2- wyrażona w procentach odnosząca się do przykładowego budżetu rocznego w wysokości 100 000 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 22 czerwca 2021 r. do godz. 12.00 wpisując w temacie wiadomości „Kampania internetowa - wycena”.

Karolina Dorywalska
Dyrektor
Departament Komunikacji i Marketingu
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości