

Opis Przedmiotu Zamówienia

Kampania promująca usługi e-zdrowia wśród rodziców dzieci w wieku szkolnym

1. Przedmiot zamówienia

- 1.1. Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii promującej usługi e-zdrowia wśród rodziców dzieci w wieku szkolnym.
- 1.2. Zamawiający na realizację przedmiotu zamówienia zamierza przeznaczyć **50 000,00 zł brutto**.
- 1.3. Kampania realizowana będzie w oparciu o reklamy display emitowane na portalu skierowanym do rodziców w wieku szkolnym.
- 1.4. Okres realizacji zamówienia: od dnia zawarcia umowy przez okres maksymalnie 4 miesięcy, ale nie później niż do 10 grudnia 2024 roku.
- 1.5. Do zadań Wykonawcy należeć będzie:
 - 1.5.1. opracowanie ostatecznego mediaplanu kampanii uwzględniającego uwagi Zamawiającego dotyczące mediaplanu złożonego przez Wykonawcę w ofercie,
 - 1.5.2. weryfikacja materiałów reklamowych dostarczonych przez Zamawiającego pod kątem zgodności z specyfikacją techniczną,
 - 1.5.3. emisja materiałów reklamowych zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego mediaplanem, w szczególności realizacja wskaźników mediowych wynikających z zaakceptowanego przez Zamawiającego mediaplanu,
 - 1.5.4. nadzorowanie realizacji mediaplanu, tj. emisji kreacji w ramach zleconych kampanii informacyjnych,
 - 1.5.5. opracowanie raportów cząstkowych oraz raportu końcowego,
 - 1.5.6. bieżąca koordynacja i kontrola wszystkich działań związanych z realizacją przedmiotu zamówienia poprzez bieżące informowanie Zamawiającego o zauważonych nieprawidłowościach i zagrożeniach.
- 1.6. Materiały reklamowe opracuje Zamawiający zgodnie ze specyfikacją techniczną przedstawioną przez Wykonawcę, a następnie dostarczy Wykonawcy.

2. Wytyczne do przygotowania mediaplanu i realizacji kampanii

- 2.1. Wykonawca w ofercie przedstawi mediaplan kampanii zawierający co najmniej następujące informacje: nazwa portalu, na którym emitowane będą materiały reklamowe; lista formatów reklamowych; liczba wyświetleń do osiągnięcia; termin emisji materiałów reklamowych.
- 2.2. Celem kampanii jest zbudowanie wizerunku i zwiększenie świadomości usług e-zdrowia, jako rozwiązań, które ułatwiają rodzicom zarządzanie sprawami zdrowia ich dzieci.

- 2.3. Tematem kampanii będą Internetowe Konto Pacjenta i aplikacja mobilna mojejKP oraz powiązane z nimi e-usługi systemu ochrony zdrowia, takie jak między innymi: możliwość e-rejestracji dzieci na bezpłatne szczepienia przeciwko HPV; zdalny dostęp do historii zdrowia dzieci, w tym do e-recept i e-skierowań; możliwość szybkiego wykupywania e-recept za pomocą kodu QR; dostęp do ulotek i dawkowania leków; możliwość ustawiania przypominania o podaniu leku; sprawdzenie listy bezpłatnych leków dla dzieci.
- 2.4. Kampania będzie skierowana do rodziców dzieci w wieku szkolnym i obejmować będzie całą Polskę.
- 2.5. Materiały reklamowe będą emitowane na zarekomendowanym w ofercie przez Wykonawcę portalu dziennika elektronicznego oraz na stronach logowania do dziennika elektronicznego. Zarekomendowany portal musi spełniać następujący warunek: minimum 4 mln użytkowników.
- 2.6. Wykonawca w mediaplanie zarekomenduje minimum 2 formaty reklamowe spełniające następujące warunki:
 - 2.6.1. Format typu double billboard emitowany na stronie głównej portalu.
 - 2.6.2. Dowolny format emitowany na stronie logowania do dziennika elektronicznego.
- 2.7. W ramach kampanii Wykonawca zrealizuje minimum 4 000 000 wyświetleń wszystkich materiałów reklamowych.
- 2.8. Zamawiający przewiduje emisję materiałów reklamowych w podziale na 4 tygodniowe podkampanie. Każda podkampania posiadać będzie oddzielną linię kreatywną oraz oddzielne materiały reklamowe (dostarczone przez Zamawiającego). Wszystkie materiały reklamowe muszą zostać wyemitowane w okresie między 01.10.2024 a 30.11.2024. Wykonawca w ramach oferty przedstawi propozycję harmonogramu emisji do akceptacji Zamawiającego.

3. Zasady współpracy

- 3.1. Na etapie realizacji zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do pozostawania w stałym kontakcie z Zamawiającym (spotkania odpowiednio do potrzeb, kontakt telefoniczny oraz drogą elektroniczną, wyznaczenie osoby nadzorującej całą kampanię do kontaktów z Zamawiającym).
- 3.2. Wykonawca w ciągu 2 dni roboczych od podpisania umowy dostarczy Zamawiającemu specyfikację techniczną materiałów reklamowych, które będą emitowane w ramach kampanii.
- 3.3. Zamawiający w ciągu 5 dni roboczych od podpisania umowy przedstawi Wykonawcy ewentualne uwagi do mediaplanu przedstawionego w ofercie. Wykonawca w ciągu następnych 3 dni roboczych zmodyfikuje mediaplan, uwzględniając uwagi Zamawiającego. Zamawiający zaakceptuje mediaplan w ciągu następnych 2 dni roboczych lub prześle ponowne uwagi. Procedura przekazywania uwag przez Zamawiającego oraz modyfikacji mediaplanu przez Wykonawcę będzie powtarzana do uzyskania akceptacji mediaplanu. Uwagi Zamawiającego nie mogą wpłynąć na przedstawione w ofercie przez Wykonawcę cenę realizacji zamówienia oraz liczbę wyświetleń materiałów reklamowych.

- 3.4. Zamawiający na potrzeby każdej podkampanii dostarczy Wykonawcy wszystkie niezbędne do emisji materiały reklamowe najpóźniej 5 dni roboczych przed uruchomieniem emisji. Wykonawca zweryfikuje poprawność materiałów w ciągu następnych 2 dni roboczych. W przypadku stwierdzenia nieprawidłowości Zamawiający usunie je w ciągu maksymalnie 2 dni roboczych.
- 3.5. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu raport cząstkowy, tj. raport z realizacji danej podkampanii w ciągu 5 dni roboczych od jej zakończenia. Raport zawierać będzie minimum takie informacje jak: screeny z emisji materiałów reklamowych; łączna liczba wyświetleń materiałów reklamowych; liczba wyświetleń, kliknięć oraz CTR poszczególnych materiałów reklamowych.
- 3.5.1. Zamawiający w ciągu 2 dni roboczych zaakceptuje raport albo przedstawi swoje uwagi. Wykonawca zobowiązany jest te uwagi uwzględnić w przygotowywanym raporcie, o ile nie wykaże, że są one sprzeczne z powszechnie stosowanymi metodami raportowania kampanii reklamowych.
- 3.5.2. Wykonawca w ciągu 3 dni roboczych wprowadzi zmiany w raporcie zgodnie z uwagami Zamawiającego.
- 3.6. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu raport końcowy będący połączeniem wszystkich raportów cząstkowych uzupełniony o następującą informację: łączona liczba wyświetleń materiałów reklamowych w ramach wszystkich podkampanii.
- 3.6.1. Zamawiający w ciągu 2 dni roboczych zaakceptuje raport albo przedstawi swoje uwagi. Wykonawca zobowiązany jest te uwagi uwzględnić w przygotowywanym raporcie, o ile nie wykaże, że są one sprzeczne z powszechnie stosowanymi metodami raportowania kampanii reklamowych.
- 3.6.2. Wykonawca w ciągu 3 dni roboczych wprowadzi zmiany w raporcie zgodnie z uwagami Zamawiającego.