

**ZAPYTANIE O SZACUNKOWĄ WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA NA PRZYGOTOWANIE,  
ZAPLANOWANIE, PRZEPROWADZANIE I EWALUACJĘ KAMPANII REKLAMOWYCH  
PROMUJĄCYCH NCBR Z WYKORZYSTANIEM NARZĘDZI SEM I KANAŁÓW SOCIAL MEDIA  
PRZEZ OKRES 12 MIESIĘCY**

Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBR), z siedzibą w Warszawie (00-695) przy ul. Nowogrodzkiej 47a (NIP: 701-007-37-77, REGON: 141032404) planuje wszczęcie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, którego przedmiotem będzie przygotowanie, zaplanowanie, przeprowadzanie i ewaluacja kampanii reklamowych promujących Narodowe Centrum Badań i Rozwoju z wykorzystaniem narzędzi SEM i kanałów social media. W związku z powyższym, w celu oszacowania wartości zamówienia Zamawiający zwraca się z prośbą o udzielenie informacji na temat warunków oraz sugerowanego budżetu prowadzonych kampanii.

**Przedmiot zamówienia**

Przygotowanie, zaplanowanie, przeprowadzanie i ewaluacja kampanii reklamowych promujących NCBR w Internecie.

**I. Kod CPV:**

79341000-6 - Usługi reklamowe

79340000-9 - Usługi reklamowe i marketingowe

79342000-3 - Usługi marketingowe

79341400-0 - Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

**II. Opis przedmiotu zamówienia:**

Przedmiot zamówienia obejmuje przygotowanie, zaplanowanie, przeprowadzenie i ewaluację działań reklamowych promujących NCBR w Internecie.

W ramach zamówienia Wykonawca odpowiedzialny będzie za:

1. Przygotowanie, zaplanowanie, przeprowadzenie (w tym ew. optymalizacja) i ewaluacja kampanii SEM (Search Engine Marketing – marketing w wyszukiwarkach), z wykorzystaniem:
  - A. Reklamy w sieci Google Adwords (Google Ads), w tym:
    - Reklama w wyszukiwarce Google
    - Reklama w sieci partnerskiej Googla
    - Reklama w Gmail (mailing)
    - Reklama wideo (YouTube)
  - B. Pozycjonowania strony [www.ncbr.gov.pl](http://www.ncbr.gov.pl) i jej podstron (także w zakresie kodów metatagów) przy użyciu następujących fraz:
    - Innowacje
    - Nowe technologie

- MŚP
- Fundusz VC
- Startup
- Anioł biznesu
- Granty na badania
- Dofinansowanie dla firm
- Badania i Rozwój
- Dotacje unijne
- Fundusze Europejskie
- Projekty B+R (badawczo-rozwojowe)

Wykorzystanie danego mechanizmu w ramach Google AdWords umożliwiające najlepszą realizację przedstawionych celów, uzależnione będzie od rekomendacji Wykonawcy i ustaleń pomiędzy Wykonawcą i Zamawiającym.

2. Przygotowanie, zaplanowanie, przeprowadzenie (w tym ew. optymalizacja) i ewaluacja kampanii, z wykorzystaniem social media (portalu Facebook).

Wykorzystanie formatu reklamy w ramach danej miesięcznej kampanii, umożliwiające najlepszą realizację przedstawionych celów, uzależnione będzie od rekomendacji Wykonawcy i ustaleń pomiędzy Wykonawcą i Zamawiającym.

### **Cele kampanii:**

Celem kampanii jest zwiększenie rozpoznawalności Narodowego Centrum Badań i Rozwoju w przedstawionych grupach docelowych, dotarcie do potencjalnych przyszłych beneficjentów programów i konkursów NCBR, a w szczególności zwiększenie ilości wniosków o dofinansowanie składanych do Narodowego Centrum Badań i Rozwoju przez mikro-, małych i średnich przedsiębiorców.

### **Targetowanie:**

Działania targetowane będą do odbiorców według następujących kryteriów:

Osoby w wieku 18 - 55 lat, z całej Polski, zainteresowane hasłami:

- Innowacje
- Nowe technologie
- MŚP
- Fundusz VC
- Startup
- Granty na badania
- Dofinansowanie dla firm
- Badania i Rozwój
- Dotacje unijne
- Fundusze Europejskie

- Projekty B+R (badawczo-rozwojowe)

W ramach każdej z prowadzonych kampanii Wykonawca zobowiązuje się do ustalenia szczegółowych kryteriów targetowania z Zamawiającym, w celu zapewnienia najlepszych efektów prowadzonych działań.

### **Sposób przeprowadzenia kampanii:**

Działania będą prowadzone przez 12 miesięcy lub do wyczerpania kwoty zamówienia.

- Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzenia:
  - Minimum 12 miesięcznych kampanii w zakresie reklamy Google AdWords z wykorzystaniem narzędzi wskazanych w 1 części Zamówienia, punkt A, w tym:
    - 1 kampanii z wykorzystaniem reklamy w Gmail (mailing),
    - 1 kampanii z wykorzystaniem reklamy wideo (YouTube),
    - 2 kampanii banerowych w sieci partnerskiej Google,
    - pozostałe reklamy mogą mieć formę standardowej reklamy tekstowej w wyszukiwarce Google.

Z zastrzeżeniem, że przynajmniej 2 kampanie w formie tekstowej muszą być prowadzone równolegle dla urządzeń stacjonarnych (desktop) i urządzeń mobilnych (reklama mobilna).

- 12-miesięcznych systematycznych działań z zakresu pozycjonowania strony (1 część Zamówienia, punkt B).
- Minimum 12 miesięcznych kampanii w zakresie reklamy w social mediach (2 część Zamówienia), w tym:
  - 1 kampanii z wykorzystaniem reklamy wideo,
  - 2 kampanii z wykorzystaniem animacji.

Z zastrzeżeniem, że wszystkie pozostałe kampanie muszą zawierać elementy graficzne (np. zdjęcia, grafiki, infografiki itd.)

- Przygotowanie niezbędnych do przeprowadzenia działań: tekstów, grafik, animacji lub filmów będzie leżało po stronie Wykonawcy. Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania:
  - Dla 1 części zamówienia:
    - 1 filmu wideo ok. 15 sekund (ten sam film może być wykorzystany w ramach kampanii reklamowych na YouTube i Facebook),
    - 1 opracowania graficznego dla reklamy Gmail (szablon graficzny mailingu),
    - 2 banerów do wykorzystania w kampaniach reklamowych w sieci partnerskiej Google.
  - Dla 2 części zamówienia:

- 1 filmu wideo ok. 15 sekund (ten sam film może być wykorzystany w ramach kampanii reklamowych na YouTube i Facebook),
- 2 animacji,
- Innych materiałów graficznych do użycia w pozostałych kampaniach.

Wszystkie materiały przed publikacją muszą uzyskać akceptację oddelegowanego/oddelegowanych do nadzorowania wykonania zamówienia pracowników NCBR.

- W okresie pierwszych 5 dni roboczych od podjęcia współpracy Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia Zamawiającemu rekomendacji i zapewnienia wsparcia technicznego w zakresie instalacji pixela FB oraz konfiguracji Google Analytics dla strony [www.ncbr.gov.pl](http://www.ncbr.gov.pl) w celu późniejszego przygotowania raportów i oceny efektywności prowadzonych działań.
- W okresie pierwszych 10 dni roboczych od podjęcia współpracy Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia Zamawiającemu audytu strony [www.ncbr.gov.pl](http://www.ncbr.gov.pl) pod kątem optymalizacji SEO/SEM wraz z rekomendacjami zmian.
- Wykonawca zobowiązuje się do bieżącej obsługi kampanii reklamowych wymienionych w 1 i 2 części zamówienia w tym również zakresie pośredniczenia w rozliczeniach z podmiotami zewnętrznymi.
- Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia Zamawiającemu koncepcji każdej nowej kampanii w terminie nie krótszym niż 10 dni roboczych przed planowanym terminem jej rozpoczęcia oraz przedstawienia gotowych materiałów do akceptacji minimum 5 dni przed ich planowanym wykorzystaniem.
- Wykonawca zobowiązuje się do optymalizacji kampanii w czasie ich trwania: optymalizacje powinny mieć miejsce co ok. 5 dni roboczych trwania danej kampanii (w zależności od jej efektywności) i odbywać się w porozumieniu z Zamawiającym.
- Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia raportu częściowego w połowie trwania danej kampanii (tj. ok. połowy miesiąca, w którym trwa dana kampania) oraz raportu z zakończonej kampanii (po miesiącu). Raport zawierać powinien w szczególności.:
  - łączną liczbę wejść na stronę www, po kliknięciu w reklamę;
  - łączną liczbę wyświetleń reklamy (PV) dla kampanii z 1 części zamówienia i 2 części zamówienia;
  - Wskazanie CPC i liczbę kliknięć na poszczególne treści reklamowe;
  - Wskazanie CTR dla poszczególnej kampanii reklamowej;
  - Współczynnik konwersji dla poszczególnych kampanii;
  - Skuteczność słów kluczowych;
  - Rekomendację dalszych działań.

**Sugerowany model rozliczania prowadzonych przez Wykonawcę kampanii:**

Zamawiający przewiduje możliwość podziału budżetu: ok. 70% dla części 1 zamówienia, ok. 30% dla części 2 zamówienia. W uzasadnionych przypadkach proporcje te mogą ulec zmianie.

### **Prognozowane efekty kampanii w ujęciu miesięcznym:**

Dla części 1. Zamówienia punkt A:

- Liczba pozyskanych unikalnych użytkowników na stronie [www.ncbr.gov.pl](http://www.ncbr.gov.pl) w przedziale: **20 000 - 25 000**
- Współczynnik konwersji rozumianej jako działanie użytkownika, który wszedł na stronę [www.ncbr.gov.pl](http://www.ncbr.gov.pl), a następnie przeszedł na minimum jedną z wymienionych podstron:
  - <https://www.ncbr.gov.pl/aktualne-konkursy/>
  - <https://www.ncbr.gov.pl/harmonogram-konkursow/>
  - <https://www.ncbr.gov.pl/jak-uzyskac-dofinansowanie/>

na poziomie: **m.in. 5%**.

Dla części 1. Zamówienia punkt B:

- W ciągu 4 miesięcy od momentu rozpoczęcia działań wypozycjonowanie strony [www.ncbr.gov.pl](http://www.ncbr.gov.pl) w wynikach wyszukiwania przeglądarki Google w **grupie 10 najwyżej pozycjonowanych stron (TOP10) dla wszystkich podanych fraz.**

Dla części 2. Zamówienia:

- Liczba pozyskanych unikalnych użytkowników na stronie [www.ncbr.gov.pl](http://www.ncbr.gov.pl) w przedziale: **4000-5000**
- Zwiększenie **liczby fanów** profilu Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na portalu Facebook w przedziale **700-800 nowych fanów miesięcznie.**

Wszystkie podane wartości dotyczą efektów działań płatnych (nie będzie wliczany w to wzrost organiczny) i będą weryfikowane w oparciu o statystyki udostępniane przez portal Facebook, narzędzia Google Analytics i ew. inne narzędzia wykorzystane w raportach przedstawionych przez Wykonawcę.

### **III. Termin realizacji zamówienia:**

Po upływie 12 miesięcy lub po wyczerpaniu kwoty zamówienia podstawowego Zamawiający zastrzega sobie możliwość skorzystania z prawa opcji i realizacji kolejnego zamówienia o takim samym zakresie przedmiotowym i czasowym.

Dodatkowo, Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany terminu realizacji zamówienia oraz zwiększenia maksymalnie o 20% liczby realizowanych kampanii promocyjnych.

### **IV. Inne istotne informacje:**

Zamawiający zastrzega sobie prawo do:

- akceptacji lub modyfikacji przygotowywanych w ramach współpracy m.in. tekstów, grafik, animacji, filmów,

- wprowadzenia zmian w modelu rozliczania danej kampanii,
- zmiany terminu realizacji umowy.

**V. Miejsce oraz termin przedłożenia informacji o koszcie usług:**

Drogą e-mailową na adres [monika.cislak@ncbr.gov.pl](mailto:monika.cislak@ncbr.gov.pl) do dnia **22 października 2018 r. do godz. 23.59.**

**VI. Wycena powinna być złożona na załączonym formularzu wyceny szacunkowej:**

**FORMULARZ WYCENY SZACUNKOWEJ**

PEŁNA NAZWA WYKONAWCY: .....

ADRES Z KODEM POCZTOWYM: .....

TELEFON: .....

ADRES E-MAIL: .....

NUMER NIP:.....

NUMER REGON: .....

**WYCENA: PRZYGOTOWANIE, ZAPLANOWANIE, PRZEPROWADZANIE I EWALUACJĘ KAMPAanii  
REKLAMOWYCH PROMUJĄCYCH NCBR Z WYKORZYSTANIEM NARZĘDZI SEM I KANAŁÓW  
SOCIAL MEDIA PRZEZ OKRES 12 MIESIĘCY**

Nawiązując do zapytania o szacunkowy koszt wykonania przedmiotu zamówienia wyceniamy wykonanie przedmiotu zamówienia, w pełnym rzeczowym zakresie ujętym w zapytaniu, za cenę\*:

Roczny (12 miesięcy) całkowity koszt prowadzonych kampanii (w tym budżet reklamowy oraz wynagrodzenie Wykonawcy).

netto: ..... zł

brutto: ..... zł

Całkowity koszt prowadzonych kampanii (w tym budżet reklamowy oraz wynagrodzenie Wykonawcy) przy uwzględnieniu prawa opcji\*

netto: ..... zł

brutto: ..... zł

*\*Wyliczenia kosztów netto/brutto przy uwzględnieniu prawa opcji tj. realizacji kolejnego zamówienia o takim samym zakresie przedmiotowym i czasowym.*

w tym miesięczny koszt:

przeprowadzonych kampanii :

netto: ..... zł

brutto: ..... zł

wynagrodzenia wykonawcy:

netto: ..... zł

brutto: ..... zł

Oświadczamy, że:

1. Nie wnosimy żadnych zastrzeżeń do zapytania o szacunkowy koszt.
2. Spełniamy wszystkie wymagania zawarte w zapytaniu o szacunkowy koszt.
3. Złożona przez nas wycena jest zgodna z treścią zapytania o szacunkowy koszt.

.....

miejsowość, data

.....

podpis, imię i nazwisko

lub podpis na pieczęci imiennej

Złożenie wyceny w ramach zapytania o szacunkowy koszt, jak też otrzymanie w jego wyniku odpowiedzi nie jest równoznaczne z udzieleniem zamówienia przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (nie rodzi skutków w postaci zawarcia umowy).

Powyższe zapytanie nie stanowi oferty w rozumieniu Kodeksu cywilnego.

Zamawiający zastrzega sobie prawo prowadzenia negocjacji warunków zlecenia z jednym lub kilkoma wykonawcami.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia zapytania bez podania przyczyny.

