

Wytwórcza Spółdzielnia Pracy „SPOŁEM”
ul. Mielczarskiego 93-95; 25-726 Kielce
tel.: 41 347 98 00; fax.: 41 347 98 45
www.wspspolem.com.pl

ZAPYTANIE OFERTOWE

Zwracamy się z prośbą o przedstawienie oferty na zakup powierzchni reklamowej w Internecie z przeznaczeniem na promocję „Majonezu Kieleckiego” zgodnie z następującymi założeniami:

1. Zasięg kampanii: globalna sieć komputerowa (witryny publikujące treści w języku polskim).
2. Promowany produkt: Majonez Kielecki.
3. Formy promocyjno – informacyjne wykorzystywane w trakcie kampanii:
 - a) **video niepomijalne 15” emitowane na YouTube + baner towarzyszący 300X60 (wyświetlany w prawej części strony) .**
 - b) **video niepomijalne 30” emitowane na innych serwisach o charakterze „VOD”.**
4. Łączny budżet przeznaczony na realizację niniejszego zlecenia (w tym wynagrodzenie Oferenta) wynosi - **300 000 zł netto** a w tym:
 - a) 220 000 zł netto video niepomijalne 15” emitowane na YouTube + baner towarzyszący 300X60 (wyświetlany w prawej części strony).
 - b) 80 000 zł netto video niepomijalne 30” emitowane na minimum 4 innych serwisach o charakterze „VOD”,

Zaznaczyć należy, iż nie ma możliwości przenoszenia środków pomiędzy poszczególnymi formami promocyjnymi.

5. Harmonogram czasowy emisji: pomiędzy **01.12.2023r.** a **23.12.2023r.**
6. Grupa celu do której ma być kierowany przekaz promocyjno – informacyjny - **Załącznik nr 1.**
7. Przygotowanie form promocyjno – informacyjnych leży po stronie Wytwórczej Spółdzielni Pracy „Społem”.
8. **Zlecniodawca informuje, że formą rozliczenia kosztów zakupu mediów jest CPM.**
9. Emisje mają być zrealizowane z tzw. cappingiem (tj. limitem liczby kontaktów z materiałem promocyjno – informacyjnym, przypadających na unikalnego użytkownika) w przedziale pomiędzy 1 a 5. **Zlecniodawca zaznacza, iż emisje realizowane u każdego z Wydawców mają posiadać tą samą wartością cappingu (tj. 1, 2, 3, 4 lub 5).** Wybór konkretnego poziomu

przedmiotowego parametru pozostaje w gestii Oferenta i stanowić będzie przedmiot oceny jakościowej przesłanej oferty.

10. W przypadku zastosowania tzw. targetowania demograficznego (tj. metod zakupu mających na celu kierowanie przekazu promocyjno – informacyjnego precyzyjnie do grupy odbiorców określonej w Załączniku nr 1) prosimy o szczegółowe określenie planowanych do tego celu narzędzi/metod zakupu oraz sposobu w jaki wpływają one na poprawę dotarcia z komunikatem promocyjnym do osób z grupy celu. Element ten będzie uwzględniony w ocenie jakościowej przesłanej oferty.
11. Zleceniodawca zastrzega, iż płatność za realizację niniejszego zlecenia nastąpi po zakończeniu emisji materiałów promocyjno – informacyjnych i rozliczeniu osiągniętych efektów tj. po przesłaniu raportu (dopuszczalne raporty z Sizemka lub Gemiusa - potwierdzone pisemnie przez w/w agencję badawczą) wraz ze screenami z kampanii. Przesłanie w/w raportu potwierdzonego pisemnie przez wystawiającą go agencję, stanowi warunek konieczny do podsumowania i rozliczenia niniejszego zlecenia.
12. W przypadku niezrealizowania celu niniejszej kampanii w postaci wygenerowania mniejszej niż zakładano w ofercie (media planie) liczby odsłon u każdego z poszczególnych Wydawców, Zleceniodawca zapłaci Wykonawcy określoną w pkt. 4 kwotę kampanii pomniejszoną o iloczyn ilości niezrealizowanych odsłon u danego Wydawcy w stosunku do planu zakładanych odsłon u przedmiotowego Wydawcy i średniego CPM tychże odsłon.
13. Zleceniodawca zastrzega konieczność przygotowania przez Oferenta zbiorczego zestawienia parametrów kampanii na druku stanowiącym **Załącznik nr 2** do niniejszego zapytania ofertowego.
14. Zleceniodawca nie dopuszcza składania ofert częściowych, wymagane jest złożenie ofert na całość zamówienia.
15. Zleceniodawca nie przewiduje możliwości zwrotu kosztów udziału w konkursie ofert. W szczególności Oferent ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
16. Złożona oferta powinna zawierać co najmniej:
 - a) nazwę i adres Oferenta,
 - b) ogólną koncepcję kampanii promocyjno - informacyjnej; strategię mediową obejmującą:
 - prognozę rozwoju rynku form promocyjno – informacyjnych w globalnej sieci komputerowej w okresie XII 2023r. – XII 2024r. (trendy rynkowe, estymacje oglądalności poszczególnych portali itp.) wraz z uzasadnieniem. Przedmiotowa

prognoza uwzględniać ma w szczególności proces ewolucji zachowań grupy celu interesującej WSP „Społem”,

- uzasadnienie doboru miejsc emisji formy promocyjno – informacyjnej,

- c) parametry mediowe kampanii promocyjno – informacyjnej, w szczególności: estymowaną minimalną i maksymalną liczbę emisji, capping,
- d) media plan kampanii, wraz z wyszczególnieniem wszystkich witryn internetowych na których planuje się emisje,
- e) opis sposobu raportowania (w zakresie potwierdzenia parametrów efektywności kampanii), sposobu rozliczenia kampanii oraz proponowane warunków płatności,
- f) termin ważności oferty,
- g) wypełniony Załącznik nr 2

17. Złożona oferta musi uwzględniać wszystkie zobowiązania, obejmować wszystkie koszty i składniki związane z wykonaniem zamówienia. Cena realizacji niniejszego zlecenia będzie obowiązującą przez cały okres ważności oferty.

18. Ofertę należy sporządzić w języku polskim, w formie pisemnej, w taki sposób aby tworzyła spójną, fizycznie połączoną ze sobą całość. Oferta powinna być podpisana przez osobę upoważnioną, opatrzoną pieczętką firmową oraz zawierać datę sporządzenia. Oferta może być złożona osobiście, przesłana pocztą lub za pośrednictwem kuriera.

19. Oferta będzie rozpatrywana wyłącznie pod warunkiem jej skutecznego doręczenia przed upływem terminu składania ofert tj. do dnia: **08.09.2023r. do godz. 15⁰⁰ na adres: Wytwórcza Spółdzielnia Pracy „Społem”, ul. Mielczarskiego 93 – 95, 25 – 726 Kielce.**

Osoby przewidziane do kontaktów z Oferentami:

- Kierownik Działu Marketingu: Grzegorz Feliksiak tel.: 691 891 116; e-mail: g.feliksiak@wspspolem.com.pl,
- Specjalista ds. marketingu: Piotr Grzybowski tel.: 41 347 98 54; e-mail: p.grzybowski@wspspolem.com.pl,

Kierownik Działu Marketingu

Grzegorz Feliksiak