



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Załącznik A do zapytania ofertowego nr 7/2014

TERMINY I ZAKRES REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Każda część zamówienia realizowana będzie według następującego podziału:

Część 1: Kampania marketingowa w internecie realizowana będzie w II etapach.

Etap I: w okresie od 01.09.2014 r. do 30.11.2014 r., w zakresie:

- 1) Zamieszczanie reklam w serwisie społecznościowym Facebook.com, promujące profil firmy Rdeo.
- 2) Przygotowanie koncepcji komunikacji internetowej - strategia dotarcia do poszczególnych grup użytkowników.
- 3) Pozycjonowanie 10 wybranych przez Zamawiającego fraz serwisu internetowego strony www.rdeo.pl
- 4) Audyt SEO strony www – www.rdeo.pl.
- 5) Konsultacje i propozycje układu strony www Zamawiającego (strona www Zamawiającego stanowić będzie profesjonalną prezentację e-usługi).
- 6) Przygotowanie i opracowanie szczegółowego media planu, który zawierać będzie nazwy mediów, szczegółowe dane dotyczące emisji reklamy takie jak: termin, rozmiar, długość, czasookres.

Etap II: w okresie od 01.12.2014 r. do 30.04.2015 r, w zakresie:

- 1) Zamieszczanie reklam w serwisie społecznościowym Facebook.com, promujące profil firmy Rdeo.
- 2) Pozycjonowanie 10 wybranych przez Zamawiającego fraz serwisu internetowego strony www.rdeo.pl.
- 3) Przygotowanie banerów reklamowych i innych nośników reklamowych on – line, typu boxy reklamowe, billboardy internetowe.
- 4) Wykupienie powierzchni reklamowej na portalach tematycznych i serwisach społecznościowych typu Google Adwords.

Część 2: Usługi Media Relations

Usługa realizowana będzie w okresie 01.09.2014 r. – 30.04.2015 r. r., w zakresie:

- 1) prowadzenie kampanii Public Relations zgodnie z posiadaną wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami w celu dotarcia do jak największej liczby użytkowników oferowanej e-usługi,
- 2) nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów nieformalnych z dziennikarzami w imieniu Zamawiającego,
- 4) pisanie i rozpowszechnianie informacji i notatek prasowych związanych z bieżącą działalnością Zamawiającego,
- 6) opieka merytoryczna - doradczą nad stroną internetową, serwisami społecznościowymi i innymi kanałami komunikacji Zamawiającego,
- 7) reprezentowanie Zamawiającego wobec innych podmiotów branży public relations i marketingu,
- 8) reprezentowanie Zamawiającego w kontaktach z i innymi podmiotami w zakresie prowadzenia działań prowadzących do pozyskania klientów przez Zamawiającego,



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

Cele kampanii:

1. W szybkim czasie dotarcie do jak największej liczby użytkowników usługi oferowanej przez Zamawiającego
2. Zróżnicowanie przekazu marketingowego
3. Dobór odpowiednich mediów i działań w odniesieniu do każdej z grup docelowych
4. Prezentacja korzyści jakie oferuje system e-usługi:
 - a. Dostępność – użytkownik nie musi posiadać kompetencji technicznych ani artystycznych
 - b. Inteligencja – formuła Business Intelligence, analiza semantyczna
 - c. Szykość – automatyzacja procesu wyszukiwania treści
 - d. Brak ryzyka – bezpłatne testowanie funkcjonalności
 - e. Wymierne korzyści – kontrolowane udostępnianie treści użytkownikom w celach promocyjnych

Grupa docelowa:

Zgodnie z modelem biznesowym przyjęto, że promocja kierowana będzie do trzech typów odbiorców: twórców e-szkoleń/organizacji szkoleniowych, osób zainteresowanych rozwojem swoich kompetencji (odbiorców e-szkoleń) oraz reklamodawców.