

Załącznik nr 1

FORMULARZ OFERTOWY

Składając ofertę dotyczącą zaplanowania i realizacji kampanii w mediach społecznościowych promującej Festiwal Legend Labelskich 2019 w związku z realizacją projektu „Nowe życie Starego Miasta: rewitalizacja zabytków dziedzictwa historycznego i kulturalnego w Łucku i Lublinie” w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Polska-Białoruś-Ukraina 2014-2020 przedstawiamy opis realizacji zadania zgodnie z poniższym:

I. DANE PODMIOTU

1. Pełna nazwa Podmiotu	Grupa Interia.pl Sp. z o.o. sp. k. os. Teatralna 9a, 31-946 Kraków tel.: +48 12 646 27 00 fax: + 48 12 646 27 10 KRS: 416593, NIP: 5272644300
2. Adres <i>wa ulicy, nr budynku, nr mieszkania, kod pocztowy, miasto</i>	
3. Telefon	
4. Adres email	

II. WYKAZ ZREALIZOWANYCH USŁUG

OŚWIADCZAM(Y), ŻE:

wykonałem(wykonaliśmy) następujące usługi:

Nazwa usługi	Zakres wykonywanych prac	Termin realizacji		Podmiot na rzecz którego zostało wykonane zlecenie (nazwa, adres, nr telefonu)
		Rozpoczęcie (data)	zakończenie (data)	
Google Ads, SEO	Kampanie sprzedażowe	07.2016	-	
Google Ads, FB	Kampanie Sprzedażowe	03.2018	-	
Google Ads, FB, CM	Kampanie sprzedażowe	08.2018	-	

PL-BY-UA
2014-2020

Program Współpracy Transgranicznej
POLSKA-BIAŁORUŚ-UKRAINA 2014-2020
współfinansowany jest ze środków
UNII EUROPEJSKIEJ



17. 05. 2019

Google Ads, SM, CM, MA	Kampanie sprzedażowe	12.2017	-	
---------------------------	----------------------	---------	---	--

III. OPIS ZINTEGROWANEJ KAMPANII INTERNETOWEJ

<p>Scenariusz kampanii internetowej. Ocenie podlegać będzie atrakcyjność formatów reklam i dobór tematyczny narzędzi komunikacji.</p>	<p>Załącznik excel z mediaplanem</p>
<p>Zasięg kampanii internetowej mierzony wskaźnikiem unikalnych użytkowników znajdujących się w zasięgu kampanii</p>	<p>Proszę przedstawić ofertę dotyczącą reklamy na dwóch portalach ogólnopolskich energetyzowanej zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia</p> <p>Strona nr 1:</p> <p>Strona nr 2:</p> <p>Estymowana liczba unikalnych użytkowników: 53 530</p>
<p>Ilość unikalnych odwiedzin strony Zamawiającego poprzez kliknięcie w reklamę Zamawiającego (tzw. click) za cenę podaną przez Zamawiającego</p>	<p>Estymowana ilość unikalnych odwiedzin strony Zamawiającego: 53530</p> <p>Proszę podać również: 0,51 zł CPC</p>

PL-BY-UA
2014-2020

Program Współpracy Transgranicznej
POLSKA-BIAŁORUS-UKRAINA 2014-2020
współfinansowany jest ze środków
UNII EUROPEJSKIEJ



17.05.2019

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

10/10/2023

Załącznik nr 1

FORMULARZ OFERTOWY

Składając ofertę dotyczącą zaplanowania i realizacji zintegrowanej kampanii internetowej promującej Festiwal Legend Lubelskich 2019 w związku z realizacją projektu „Nowe życie Starego Miasta: rewitalizacja zabytków dziedzictwa historycznego i kulturalnego w Łucku i Lublinie” w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Polska-Białoruś-Ukraina 2014-2020 przedstawiamy opis realizacji zadania zgodnie z poniższym:

I. DANE PODMIOTU

1. Pełna nazwa Podmiotu	Market Forces Kinga Nurska
2. Adres <small>wa ulicy, nr budynku, nr mieszkania, kod pocztowy, miasto</small>	Ul. Bialska 42/2 08-200 Łosice
3. Telefon	
4. Adres email	

II. WYKAZ ZREALIZOWANYCH USŁUG

OŚWIADCZAM(Y), ŻE:

wykonałem(wykonaliśmy) następujące usługi:

Nazwa usługi	Zakres wykonywanych prac	Termin realizacji		Podmiot na rzecz którego zostało wykonane zlecenie (nazwa, adres, nr telefonu)
		Rozpoczęcie (data)	zakończeni e (data)	
Obsługa działań w social media dla oraz	1. Koncepcja i strategia działań w social media dla 2. Przygotowywanie harmonogramu postów, kreacja i publikacja 3. Przygotowywanie, względnie tłumaczenie postów reklamowych, kreacja i publikacja 4. Przygotowywanie i realizacja kampanii	w ramach poprzedniej działalności: od 01.2014, następnie w ramach obecnej od 02-2017	12-2018	

PL-BY-UA
2014-2020

Program Współpracy Transgranicznej
POLSKA-BIAŁORUŚ-UKRAINA 2014-2020
współfinansowany jest ze środków
UNII EUROPEJSKIEJ



	promującej wrześnie promocje biletów z udziałem influencerki – od koncepcji, przez działania kreatywne po kampanię reklamową			
Launch i pełna obsługa marki w mediach internetowych –	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategia i harmonogramowanie działań digital, w tym ze szczególnym uwzględnieniem social media 2. Przygotowywanie harmonogramów postów i reklam, kreacja i promowanie 3. Kampanie reklamowe i mailingowe ukierunkowane na budowę wizerunku, pozyskiwanie bazy kontaktów potencjalnych klientów oraz sprzedaż 	09-2018	aktualne	
Działania reklamowe w social media dla	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategia i harmonogramowanie działań w social media 2. Przygotowywanie harmonogramów postów i reklam, kreacja i promowanie 3. Kampanie reklamowe wspierające zaangażowanie na profilu, pozyskiwanie nowych lubiących i obserwatorów, przejścia na stronę www oraz sprzedaż 	07-2017	11-2018	

III. OPIS ZINTEGROWANEJ KAMPANII INTERNETOWEJ

<p>Scenariusz kampanii internetowej. Ocenie podlegać będzie atrakcyjność formatów reklam i</p>	<p>Kampanię podzielimy na 3 etapy:</p>
--	--

PL-BY-UA
2014-2020

Program Współpracy Transgranicznej
POLSKA-BIAŁORUŚ-UKRAINA 2014-2020
współfinansowany jest ze środków
UNII EUROPEJSKIEJ



<p>dobór tematyczny narzędzi komunikacji.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Launch: 25.05-13.06.2019 - kampania wizerunkowa, szerokokosięgową, skłaniająca do zainteresowania się udziałem w wydarzeniu. Wykorzystamy miks kreacji, zoptymalizowany tak, aby użytkownika przeprowadzić przez następujące etapy customer journey: zainteresowanie – wzbudzenie potrzeby dowiedzenia się więcej – wejście na stronę www - podjęcie decyzji o uczestnictwie w wydarzeniach. 2. Finał: 14-15.05 czyli dwudniowa kampania przypominająca o Festiwalu Legend Lubelskich, podkreślająca kluczowe wydarzenia Festiwalu oraz promująca jego unikalny, pozytywny charakter – celem jest przejście kolejnego kroku – od decyzji o uczestnictwie w Festiwalu po wyjście z domu/przyjechanie do Lublina i aktywny udział. 3. Kampania utrzymująca: 16.06-15.07, której celem jest potwierdzenie uczestnictwa (lub żal z powodu nieuczestniczenia w Festiwalu) w wyjątkowym wydarzeniu, jakim jest Festiwal Legend Lubelskich poprzez reklamy relacjonujące najciekawsze wydarzenia i wyjątkowe spotkania Festiwalu, cel reklamowy – przekierowanie na stronę YouTube ze spotem wydarzenia <p>Formaty reklamowe: Double billboard, wideoboard, mailing GSP (reklama w skrzynkach użytkowników Gmaila, geotargetowana), video ad, link ad, rich media ad</p>
<p>Zasięg kampanii internetowej mierzony wskaźnikiem unikalnych użytkowników znajdujących się w zasięgu kampanii</p>	<p>Proszę przedstawić ofertę dotyczącą reklamy na dwóch portalach ogólnopolskich energetyzowanej zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia</p> <p>Strona nr 1:</p> <p>Onet.pl - strona główna z targetowaniem regionalnym Szacujemy zasięg kampanii na 100 000 uu Wykorzystywane formaty: double billboard, wideoboard</p> <p>Dlaczego Onet.pl? Jest to największe polskie medium internetowe od lat zajmujące pozycję lidera w takich kluczowych</p>



	<p>kategoriach tematycznych jak Informacje, Biznes czy Sport, według badania Gemius/Megapanel (04.2019), ze stron w grupie Onet-RASP korzysta prawie 21 milionów Polaków. Oczywiście, reklama w serwisach Onetu to narzędzie umożliwiające precyzyjne targetowanie kampanii (zasięg podany wedle targetowania).</p> <p>Strona nr 2:</p> <p>Gazeta.pl – strony główne z targetowanie regionalnym, szacowany zasięg: 25 000 uu. Wykorzystywane formaty: Doublebillboard 750x200/600x300</p> <p>Gazeta.pl nie jest w trójce największych portali zasięgowych w Polsce – wedle badania Gemius/Megapanel (04.2019) zajmuje 9 miejsce (m.in. za Grupą Google, Facebookiem i Grupą Onet-RASP) z szacowaną liczbą użytkowników na poziomie 17 153 000. Niemniej jednak jest to jeden z nielicznych, ogólnopolskich serwisów wysokozasięgowych, regularnie piszących o wydarzeniach regionalnych Lubelszczyzny. Z tego względu, pomijając dużo wyższe koszty CPM na Gazeta.pl, uważamy, że warto pojawić się w miejscach, gdzie potencjalna grupa docelowa akurat szuka informacji zbliżonych tematycznie do naszej kampanii. Wybór tego medium jest zatem potraktowany w pierwszej kolejności jakościowo, w drugiej – ilościowo.</p> <p>ŁĄCZNIE – zasięg kampanii reklamowej (portale wysokozasięgowe plus Google Display Network) liczony jako liczba unikalnych użytkowników widzących lub wchodzących w interakcję z reklamą (nie łączny zasięg narzędzi ogółem):</p> <p>375 000</p>
<p>Ilość unikalnych odwiedzin strony Zamawiającego poprzez kliknięcie w reklamę Zamawiającego (tzw. click) za cenę podaną przez Zamawiającego</p>	<p>Estymowana ilość unikalnych odwiedzin strony Zamawiającego:</p> <p>7 000 (co nie jest równoznaczne z liczbą klików – kliki a przejścia są inaczej mierzone, klików jest więcej niż przejść)</p> <p>Proszę podać również: cena /click 2,25 zł</p>



Załącznik nr 1

FORMULARZ OFERTOWY

Składając ofertę dotyczącą zaplanowania i realizacji kampanii w mediach społecznościowych promującej Festiwal Legend Lubelskich 2019 w związku z realizacją projektu „Nowe Życie Starogo Miasta: rewitalizacja zabytków dziedzictwa historycznego i kulturowego w Łucku i Lublinie” w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Polska-Białoruś-Ukraina 2014-2020 przedstawiamy opis realizacji zadania zgodnie z poniższymi:

I. DANE PODMIOTU

1. Pełna nazwa Podmiotu	Ideo Force Sp. z o.o.
2. Adres <small>(nazwa ulicy, nr budynku, nr mieszkania, kod pocztowy, miasto)</small>	ul. Czerwola 31, 02-807 Warszawa
3. Telefon	
4. Adres email	

II. WYKAZ ZREALIZOWANYCH USŁUG

OŚWIADCZAM(Y), ŻE:

wykonalem(wykonaliśmy) następujące usługi:

Nazwa usługi	Zakres wykonywanych prac	Termin realizacji		Podmiot na rzecz którego zostało wykonana praca (nazwa, adres, nr telefonu)
		rozpoczęcie (data)	zakończenie (data)	
Google Ads	Kampania display, linki sponsorowane	02.2018	07.2018	
Google Ads	Kampania display, linki sponsorowane, remarketing	04.2014	nadal	
Google Ads	Linki sponsorowane, reklama produktowa (PLA), remarketing	03.2018	nadal	
Google Ads	Kampania display, linki sponsorowane	01.2017	12.2017	

PL-BY-UA
2014-2020

Program Współpracy Transgranicznej
POLSKA-BIAŁORUŚ-UKRAJNA 2014-2020
współfinansowany jest ze środków
Unii Europejskiej

III. OPIS KAMPANII W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

<p>https://lublin.onet.pl/</p> <p>1) Reklama desktop – Emisja górnej belki sponsoringu na całym serwisie + emisja tapety przy 1 wejściu Użytkownika na serwis (zapping 1/0/0)</p> <p>2) Reklama mobile – Forma banerowa emitowana na każdym artykule opublikowanym na Onet Lublin</p> <p>https://onet.pl/</p> <p>MultiScreen - obecność w tym samym dniu na wersji desktop i mobile. Desktop: panel patrzony Mobile: panel podwójny.</p> <p>Google Ads</p> <p>Reklama display w GDN (Sieć Reklamowa Google) z wykorzystaniem banerów o wymiarach:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 300x250 – Navibox • 300x600 – Halfpage • 750x200 – Double billboard • 750x300 – Triple billboard <p>Przykładowe miejsca emisji reklam:</p> <p>https://www.dziennikwsczestochoj.pl/</p> <p>https://www.lubelskie.pl/</p> <p>http://kzoloek.pl/</p> <p>https://www.lublin112.pl/</p> <p>https://kulturlubelski.pl/</p> <p>https://lubelski.pl/</p>	<p>https://lublin.onet.pl/</p> <p>1) Reklama desktop – Emisja górnej belki sponsoringu na całym serwisie + emisja tapety przy 1 wejściu Użytkownika na serwis (zapping 1/0/0)</p> <p>2) Reklama mobile – Forma banerowa emitowana na każdym artykule opublikowanym na Onet Lublin</p> <p>https://onet.pl/</p> <p>MultiScreen - obecność w tym samym dniu na wersji desktop i mobile. Desktop: panel patrzony Mobile: panel podwójny.</p> <p>Google Ads</p> <p>Reklama display w GDN (Sieć Reklamowa Google) z wykorzystaniem banerów o wymiarach:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 300x250 – Navibox • 300x600 – Halfpage • 750x200 – Double billboard • 750x300 – Triple billboard <p>Przykładowe miejsca emisji reklam:</p> <p>https://www.dziennikwsczestochoj.pl/</p> <p>https://www.lubelskie.pl/</p> <p>http://kzoloek.pl/</p> <p>https://www.lublin112.pl/</p> <p>https://kulturlubelski.pl/</p> <p>https://lubelski.pl/</p>
<p>Scenariusz kampanii internetowej. Ocena podległa będzie atrakcyjność formatów reklam i dobór tematyczny narzędzi komunikacji.</p>	<p>Proszę przedstawić ofertę dotyczącą reklamy na dwóch porządkach ogólnopolskich energetyzowanej zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia</p> <p>Strona nr 1: https://lublin.onet.pl/</p> <p>1) Reklama desktop (Partner serwisu + tapeta) – 2 tygodnie 2) Reklama mobile (Sponsoring mobile) – 3 tygodnia</p>
<p>Zasługa kampanii internetowej, mieszony wskaźnikiem unikatnych użytkowników znajdujących się w zasięgu kampanii</p>	<p>Proszę przedstawić ofertę dotyczącą reklamy na dwóch porządkach ogólnopolskich energetyzowanej zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia</p> <p>Strona nr 1: https://lublin.onet.pl/</p> <p>1) Reklama desktop (Partner serwisu + tapeta) – 2 tygodnie 2) Reklama mobile (Sponsoring mobile) – 3 tygodnia</p>

PL-BY-UA
2014-2020

Program Współpracy Transgranicznej
POLSKA-BIAŁORUŚ-UKRAJNA 2014-2020
współfinansowany jest ze środków
Unii Europejskiej

<p>Strona nr 2: https://pne.pl/</p> <p>Reklama w wersji mobilne i desktop (Graficzny panel emitowany w sekcji "Właściwości regionalne LUBLIN" na stronie głównej Onet - desktop i mobilne - 2 tygodnie)</p> <p>Estymowana liczba unikalnych użytkowników:</p> <p>620 000 unikalnych użytkowników</p>	<p>Estymowana ilość unikalnych odwiedzin strony Zamawiającego:</p> <p>15 000 unikalnych odwiedzin strony Zamawiającego</p> <p>Proszę podać również: cena /click</p> <p>0,73 zliczek</p>
<p>Ilość unikalnych odwiedzin strony Zamawiającego poprzez kliknięcie w reklamie Zamawiającego (zw. click) za cenę podaną przez Zamawiającego</p>	

IV. KOSZT KAMPANII

<p>Koszt całkowity kampanii</p>	
---------------------------------	--

Idesio Facta Sp. z o.o.
 ul. Cieszczoła 51, 02-607 Warszawa
 tel. 22 34 40 277, fax: 17 66 11 21
 NIP: 521 360 247, REGON: 142314205
 biuro@idesio.pl, www.idesio.pl

PL-BY-UA
 2014-2020



Program Wzajemny Transgraniczny
 POLSKA-BYELORUS, UKRAINA 2014-2020
 współfinansowany jest ze środków
 UNI EUROPEJSKIEJ