Załącznik nr 1 do SWZ

numer sprawy: 22/DK/ST/SPIS/PN/2022

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**Obsługa płatnej promocji wyników NSP2021 w mediach społecznościowych z wykorzystaniem mechanizmów reklamowych tych mediów.**

|  |  |
| --- | --- |
| Na przedmiot zamówienia składają się następujące zadania: | **Obsługa płatnej promocji działań Zamawiającego dot. wyników NSP2021 w mediach społecznościowych z wykorzystaniem mechanizmów reklamowych tych mediów.**  \*\*\*\*\*\*\*  Zadania wskazane przez Zamawiającego do realizacji w opisie przedmiotu zamówienia stanowi nierozerwalną całość (koncepcyjną, wizualną/graficzną, tekstową). Nie ma możliwości podzielenia go na części. |

1. **INFORMACJE PODSTAWOWE**

**Ogólne informacje o Narodowym Spisie powszechnym Ludności i Mieszkań w 2021 r.** (dalej nazywanym: *NSP 2021* lub *NSP*).

NSP 2021 był realizowany od 1 kwietnia 2021 do 30 września 2021 r., według stanu na 31 marca 2021 r. Obowiązek realizacji spisów nakłada na państwa członkowskie rozporządzenie (WE) Parlamentu Europejskiego i Rady nr 763/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. w sprawie spisów powszechnych ludności   
i mieszkań (Dz. Urz. UE L 218 z 13.8.2008, str. 14). Rozporządzenie nr 763/2008 jest aktem prawnym, ustanawiającym wspólne zasady dla wszystkich krajów członkowskich dotyczące dostarczania danych na temat ludności i mieszkań.

Każde z państw członkowskich jest obowiązane, zgodnie z jego art. 1, do dostarczenia co dziesięć lat wyczerpujących danych będących przedmiotem spisu.

Organizację i przeprowadzenie NSP2021 w Polsce regulowały:

* ustawa z dnia 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej (Dz. U. z 2020 r. poz. 443, z późn. zm.);
* ustawa z dnia 9 sierpnia 2019 r. o powszechnym spisie ludności i mieszkań w 2021 r.   
  (Dz. U z 2019 r. poz. 1175, z późn. zm.)

Wyniki spisu ludności i mieszkań powinny być przekazane do Eurostatu w ciągu dwóch lat po zakończeniu najbliższego spisu, co regulują unijne przepisy. W przypadku Narodowego Spisu Ludności i Mieszkań 2021 wyniki spisu powinny zostać przekazać do Eurostatu do końca 2023 roku. Zobowiązanie to ma za zadanie ujednolicenie informacji wynikowych na poziomie UE.

Cząstkowe wyniki NSP2021 są udostępniane zgodnie z przyjętym harmonogramem od stycznia 2022 r. do marca 2024 r.

**Cel przeprowadzania spisów powszechnych:**

Spis powszechny dostarcza pełnych danych o społeczeństwie, a jego wyniki są m.in. podstawą do prowadzenia bilansów liczby ludności w latach między spisowych. Są to jedyne wyniki badań, które odzwierciedlają pełny obraz społeczeństwa z uwzględnieniem profilu demograficznego mieszkańców Polski i ich warunków życia. Zgodnie z ustawą, statystyka publiczna zapewnia rzetelne, obiektywne i systematyczne informowanie społeczeństwa, organów państwa i administracji publicznej oraz podmiotów gospodarki narodowej o sytuacji ekonomicznej, demograficznej, społecznej oraz środowiska naturalnego. Wypełnienie tego zobowiązania gwarantuje m.in. realizacja spisów powszechnych, których wyniki pokazują obraz polskiego społeczeństwa na poziomie kraju, regionów, województw oraz gmin. Dane wynikowe ze spisu służą władzom krajowym i lokalnym do podejmowania strategicznych decyzji opartych na analizie danych. Na podstawie wyników spisów również mieszkańcy Polski mogą podejmować istotne decyzje mające wpływ na ich życie, np. miejsce zamieszkania czy wybór zawodu.

**Podstawową i obowiązkową metodą spisu był samospis internetowy. Pozostałe metody traktowane były jako uzupełniające.**

**Grupa docelowa**

Kampania promująca wyniki NSP 2021 skierowane jest do mieszkańców Polski (w tym stałych mieszkańców Polski przebywających w czasie spisu za granicą).

Wśród grupy docelowej możemy wyróżnić dwie kategorie:

1. **bezpośrednią:**
2. Mieszkańcy Polski (Polacy i cudzoziemcy)
3. Stali mieszkańcy Polski przebywający w czasie spisu za granicą
4. **pośrednią:**
5. otoczenie instytucjonalne (w tym pracownicy administracji publicznej)
6. osoby poniżej 18 roku życia, mające wpływ na osoby wypełniające formularz.

**Cele kampanii informacyjno-promocyjnej**

**Główny cel informacyjny**

Celem kampanii jest przekazanie odbiorcom informacji o wynikach NSP 2021

Cele uzupełniające:

1. Zainteresowanie ideą spisu i jego wynikami jak największej liczby respondentów z grupy docelowej bezpośredniej i pośredniej,
2. Przybliżenie społeczeństwu wartości spisu (udziału i opracowanych danych wynikowych) jako wspólnego interesu publicznego
3. Zakomunikowanie wymienionym grupom docelowym bezpośrednim wartości płynących z korzystania z danych wynikowych spisu w podejmowaniu istotnych decyzji w życiu prywatnym
4. Zakomunikowanie pośrednim grupom docelowym wartości płynących z wykorzystywania danych wynikowych ze spisu do podejmowania strategicznych decyzji na poziomie krajowym, regionalnym, wojewódzkim i gminnym,
5. Zbudowanie świadomości istoty wyników spisu w polityce informacyjnej państwa wśród respondentów z grupy docelowej bezpośredniej i pośredniej
6. Zbudowanie świadomości istoty wyników spisu w polityce informacyjnej państwa wśród mieszkańców Polski

**Główny cel wizerunkowy**

Budowanie świadomości potrzeby realizacji takich badań oraz ich znaczenia w dostarczaniu niezbędnych informacji o polskim społeczeństwie, wartości informacji wynikowych oraz ugruntowanie zaufania do danych GUS jako oficjalnych statystyk.

**Cel uzupełniający (wizerunkowy)**

Wzmocnienie pozytywnego wizerunku statystyki publicznej i znaczenia danych statystycznych   
w życiu codziennym.

**Czas trwania i zasięg kampanii**

Przewidywany czas realizacji przy założeniu, że kampania ma zasięg ogólnopolski;

Promocja działań Zamawiającego dot. wyników NSP2021 w mediach społecznościowych (emisja materiałów reklamowych) trwać będzie 14 dni.

**Hasła kampanii**

„#LiczysięKażdy”, „#LiczymysiędlaPolski”.

Zamawiający informuje, że posiada propozycje materiałów informacyjnych do opracowania postów i tekstów prasowych. Wykonawca będzie zobowiązany do użycia przekazanych przez Zamawiającego ww. materiałów (wraz z ich dostosowaniem do kanału komunikacji) w realizowanej kampanii. Ww. materiały będą przekazane Wykonawcy po podpisaniu umowy.

1. **ZADANIA W RAMACH PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**
2. **Obsługa płatnej promocji działań Zamawiającego dot. wyników NSP 2021 w mediach społecznościowych z wykorzystaniem mechanizmów reklamowych tych mediów**
   1. **Podstawowe założenia kampanii promocyjnej**
      1. Do zadań Wykonawcy będzie należało zapewnienie obsługi procesu reklamowego (płatnej promocji) postów dot. wyników NSP2021 w serwisach Facebook i Twitter, na kontach wskazanych przez Zamawiającego:
3. @GlownyUrzadStatystyczny (Facebook)
4. @GUS\_STAT (Twitter)
   * 1. Wykonawca otrzyma dostęp do kont Zamawiającego w mediach społecznościowych, wyszczególnionych w pkt. 1.1.1. a. -b., z zastrzeżeniem, że zostaną wykorzystane jedynie w celu moderowania kampanii reklamowej. Uprawnienia do zarządzania kontami reklamowymi zostaną nadane wskazanym przez Wykonawcę osobom w ciągu 1 dnia od podpisania umowy i zostaną odebrane po zakończeniu działań w ramach kampanii.
     2. Wykonawca i Zamawiający zobligowani są przed podpisaniem umowy do zweryfikowania swoich profili Facebooka pod kątem wytycznych serwisu dotyczących reklam społecznych, wyborów lub polityki.
     3. Kampania będzie miała zasięg ogólnopolski.
     4. Wykonawca zapewni emisję reklam/postów w wersji serwisów na przeglądarki oraz w aplikacji mobilnej.
     5. Wykonawca zapewni targetowanie kampanii na grupy docelowe wskazane w pkt. 4
     6. Wykonawca zapewni bieżącą optymalizację kampanii w trakcie jej trwania, np. zapewni możliwość zmiany formatu, podmiany grafik (o ile jest to możliwe), zmiany targetowania, zmianę treści postu (o ile jest to możliwe) w porozumieniu z Zamawiającym, o ile zmiany te będą służyły realizacji założonych celów kampanii.
     7. Obowiązkiem Wykonawcy jest stosowanie ciągu znaczników zwanych utm-ami (Urchin Tracking Module) w celu umożliwienia śledzenia efektywności kampanii, czy źródeł ruchu, które będę odczytywane przez specjalistyczne, internetowe narzędzie do analizy statystyk serwisów WWW (np. Google Analytics) powiązane ze strona Zamawiającego, do której kierować będą linki w postach reklamowych.
     8. Kampania będzie rozliczana w modelu CPC (Cost Per Click). Obowiązkiem Wykonawcy będzie zrealizowanie minimalnej, wskazanej przez Zamawiającego liczby kliknięć w całej kampanii określonej w pkt. 1.3.1
     9. Podział budżetu przeznaczonego na kampanię reklamową w poszczególnych serwisach Zamawiający pozostawia do rekomendacji Wykonawcy z zastrzeżeniem, że musi on odzwierciedlać naturalne udziały w rynku mediów społecznościowych oraz potencjał każdego z nich w zakresie realizacji założonych wskaźników mediowych. Dane do określenia udziału w rynku powinny zostać oparte na badaniach Mediapanel (źródło: Gemius/PBI). Na Wykonawcy spoczywa obowiązek uzyskania i dostarczenia danych i raportów Zamawiającemu.
     10. Zamawiający dopuszcza różne formy reklamowe, ze szczególnym uwzględnieniem formatów zachęcających do konwersji (tj. przekierowania na stronę) oraz różne modele zakupu: aukcyjny lub rezerwacyjny w zależności od rekomendacji Wykonawcy pod warunkiem, że spełniają one cele kampanii.
     11. Wszystkie formaty reklamowe we wszystkich serwisach społecznościowych powinny kierować na wskazane przez Zamawiającego strony.
     12. Umiejscowienie reklam na poszczególnych serwisach: Facebook, Twitter, Zamawiający pozostawia do rekomendacji Wykonawcy.
     13. Zamawiający dopuszcza możliwość zamiany modelu zakupu oraz przenoszenia zaplanowanego budżetu pomiędzy poszczególnymi kanałami tylko w sytuacji, kiedy takie zmiany służyć będą optymalizacji kampanii, tj. zwiększą szansę na realizację założonych celów. Wszystkie zamiany muszą uzyskać akceptację Zamawiającego w formie pisemnej (mailowej).
     14. Wszelkie ustalenia telefoniczne pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą muszą zostać potwierdzone również pisemnie (mailowo) przez Wykonawcę.
     15. Wykonawca zobowiązany jest na bieżąco monitorować realizację kampanii oraz mailowo informować Zamawiającego z wyprzedzeniem o swoich wątpliwościach odnośnie realizacji założonych celów. Po zakończeniu kampanii, w ciągu do 16 dni od pierwszej publikacji, ale nie później niż do 16 grudnia 2022, Wykonawca przedstawi także raport końcowy dla całej kampanii w mediach społecznościowych, w którym bezpośrednio wskaże poziom realizacji założonych wskaźników.
   1. **Termin realizacji zadania**
      1. Działania **w ramach realizacji Zamówienia** będą realizowane od momentu podpisania Umowy przez maksymalnie **16** dni, jednak nie dłużej niż do 16 grudnia 2022 r., w zależności od tego, który termin wystąpi jako pierwszy.

Kampania reklamowa w mediach społecznościowych rozpocznie się nie wcześniej niż 3 dni po podpisaniu umowy ale nie później niż 3 grudnia 2022 r. w zależności od tego, który termin wystąpi jako pierwszy.

* 1. **Wskaźniki realizacji zadania**
     1. Zadanie zostanie uznane za zrealizowane, jedynie w przypadku osiągnięcia poniższych celów marketingowych:

**a.** dotarcie z informacją o wynikach NSP2021 do użytkowników mediów społecznościowych, na których Zamawiający posiada oficjalne profile (wymienionych w pkt. 1. ) z osiągnięciem minimalnej liczby kliknięć w czasie całej kampanii: 120 000 dla obydwu serwisów łącznie,

**b.** Traffic/ Conversion - przekierowanie ruchu na oficjalne strony wskazane przez Zamawiającego.

* + 1. Na Wykonawcy spoczywa obowiązek dostarczenia danych niezbędnych do weryfikacji realizacji założonych wskaźników, tj. raportu zawierającego informacje o liczbie użytkowników mediów społecznościowych z poszczególnych grup docelowych, którzy mieli kontakt z kampanią informacyjną wyników NSP 2021 z panelów reklamowych poszczególnych mediów. Szczegółowe wytyczne odnośnie raportów zostały przedstawione w pkt.: od 1.6.10. do 1.6.12.
    2. Obowiązkiem Wykonawcy jest koncentracja na założonych celach kampanii oraz gwarancja osiągnięcia 100% wskaźnika w czasie określonym w Umowie.
    3. Zamawiający dokona weryfikacji estymowanych wskaźników na podstawie danych z kont reklamowych poszczególnych serwisów dostarczanych przez Wykonawcę w cyklu raportów tygodniowych i w raporcie końcowym.
  1. **Grupa docelowa: Kampania reklamowa w mediach społecznościowych będzie kierowana do osób spełniających poniższe kryteria:**
     1. Dla serwisu Twitter:

1. płeć: kobiety i mężczyźni
2. wiek: od 20 do 65 roku życia
3. wykształcenie: średnie +
   * 1. Dla serwisu Facebook:
4. płeć: kobiety i mężczyźni
5. wiek: od 20 do 65 roku życia
6. wykształcenie: średnie +
7. w tym w szczególności osoby spełniające przynajmniej jedno z poniższych kryteriów:

* zawód/branża/praca
* Pracownicy administracji publicznej szczebla rządowego i samorządowego na każdym szczeblu od województwa, poprzez powiaty i gminy;
* Przedstawiciele jednostek naukowo-badawczych oraz uczelni związanych z kształceniem na kierunkach statystyki, socjologii, ekonomii, politologii, administracji publicznej, etc.
* Przedsiębiorcy podejmujący decyzje biznesowe
* zainteresowania:
* statystyka i nauki pokrewne
* demografia
* granty i fundusze unijne
* e-usługi publiczne
* pomoc socjalna
* ekonomia
* dane statystyczne
* badania naukowe.
  1. **Specyfikacja materiałów promocyjnych objętych płatną promocją:**
     1. Zamawiający przekaże Wykonawcy 10 postów przygotowanych do promocji na Facebooku i 10 postów przygotowanych do promocji na Twitterze, które zostaną objęte płatna promocją w mediach społecznościowych w terminie 2 dni od podpisania Umowy.
     2. Każdy post promocyjny składać się będzie z tekstu promocyjnego, grafiki w formacie zgodnym z wymaganiami serwisów społecznościowych, w którym posty będą publikowane oraz opisu alternatywnego (ALT-y) w języku polskim.
     3. Obowiązkiem wykonawcy jest objęcie kampanią promocyjna wszystkich postów otrzymanych od Zamawiającego.
     4. Przed publikacją, każdy post umieszczony w panelu reklamowym mediów społecznościowych Zamawiającego, musi uzyskać akceptację Zamawiającego.
     5. Promowane posty będą widoczne jedynie dla osób z grup docelowych, do których kierowana będzie kampania (dark posty).
  2. **Harmonogram realizacji zadania**
     1. Zamawiający w terminie 1 dnia od zawarciawa Umowy zorganizuje w siedzibie Głównego Urzędu Statystycznego w Warszawie (lub zdalnie), w porozumieniu z Wykonawcą, spotkanie w celu omówienia założeń prowadzenia kampanii promocyjnej wyników NSP 2021 w mediach społecznościowych.
     2. Na pierwszym spotkaniu po podpisaniu Umowy Wykonawca przedstawi Zamawiającemu media plan oraz rekomendowany przez Wykonawcę podział budżetu.
     3. Zamawiający zgłosi uwagi lub zaakceptuje media plan oraz rekomendowany podział budżetu w dniu otrzymania. Wykonawca uwzględni uwagi Zamawiającego w dniu ich otrzymania. Zamawiający dokona ostatecznej akceptacji media planu w terminie 2 dni od otrzymania poprawionej wersji.
     4. Na pierwszym spotkaniu po podpisaniu Umowy Zamawiający przekaże Wykonawcy posty promocyjne (vide. 1.5.1 i 1.5.2.)
     5. W ciągu 1 dni od podpisania umowy Zamawiający nada osobom wskazanym przez Wykonawcę uprawnienia do zarządzania kontami Zamawiającego w mediach społecznościowych, wyszczególnionych w pkt. 1.1.1 a-b., z zastrzeżeniem, że zostaną wykorzystane jedynie w celu moderowania kampanii reklamowej.
     6. Po otrzymaniu postów od Zamawiającego, Wykonawca ma 1 dni na umieszczenie postów w panelach reklamowych mediów społecznościowych i przedstawienie reklam do weryfikacji Zamawiającego (w formie prnint screenów lub innej zaakceptowanej przez Strony).
     7. Wykonawca dokona weryfikacji reklam w panelach reklamowych social mediów w ciągu 1 dnia od ich otrzymania.
     8. Publikacja postów w mediach społecznościowych rozpocznie się nie wcześniej niż w ciągu 3 dni od podpisania umowy, ale nie później niż 3 grudnia 2022 w zależności od tego, który termin wystąpi jako pierwszy, a zakończy najpóźniej po 14 dniach od dnia podpisania Umowy.
     9. Wykonawca będzie raportował realizację kampanii we wszystkich serwisach społecznościowych. Pierwszy raport zostanie przekazany Zleceniodawcy 6 dni po publikacji pierwszego postu w mediach społecznościowych.
     10. Pierwszy raport będzie zawierał statystyki do każdego z postów, na każdym z serwisów w zakresie liczby odbiorców, odsłon i kliknięć a także print screeny dowodowe zarówno z działań reklamowych na desktop jak i w wersji na aplikacje mobilne.
     11. W raporcie Wykonawca zawrze informację, ile procent z estymowanych wskaźników osiągnęła kampania i jaki procent pozostaje do realizacji.
     12. Wykonawca dostarczy także raport końcowy podsumowujący realizację zadania w terminie do 12 dni od pierwszej publikacji.

Zamawiający, w formie protokołu, dokona pisemnego odbioru realizacji zadania Obsługa płatnej promocji działań Zamawiającego dot. Promocji wyników NSP 202 w mediach społecznościowych, najpóźniej w ciągu 1 dni od akceptacji raportu końcowego i nie później niż do 16grudnia 2022.

**III UWAGI OGÓLNE DO ZAMÓWIENIA**

* + 1. Wykonawca zobowiązany jest do bieżącej współpracy z Zamawiającym w celu należytej realizacji zamówienia. Wykonawca zapewni osobę do kontaktów dyspozycyjną telefonicznie, mailowo, lub do spotkań roboczych zdalnych lub w siedzibie Zamawiającego, po wcześniejszym uzgodnieniu terminu (poniedziałek - piątek w godz. 8.00 - 16.00);
    2. Zamawiający zostanie powiadomiony o wadach w terminie do 1 dnia od dnia ich ujawnienia a Wykonawca jest zobowiązany do ich usunięcia niezwłocznie, ale nie później niż do 3 dni;
    3. Okres rękojmi wynosi 36 miesięcy od dnia podpisania protokołu;
    4. Wszystkie projekty postów będą przekazywane drogą elektroniczną. W tej samej formie będzie odbywało się dokonywanie akceptacji, a także zgłaszanie uwag przez Zamawiającego.
    5. Zamawiający nie dopuszcza stosowania form marketingu niezgodnych z przepisami prawa i kodeksem etyki reklamy.
    6. Obowiązkiem Wykonawcy jest reagowanie na wszelkie nieprawidłowości pojawiające się w trakcie realizacji kampanii oraz efektywne i niezwłoczne rozwiązywanie problemów, jak również niezwłoczne informowanie o tym fakcie Zamawiającego drogą mailową (nie później niż w dniu poprzedzającym wdrożenie rozwiązania).
    7. Zamawiającemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w przypadku trzykrotnego (jeśli nie jest to określone inaczej) nie uwzględnienia uwag Zamawiającego przez Wykonawcę.
    8. Wykonawca zobowiązany jest do bieżącej współpracy z Zamawiającym w celu należytej realizacji zamówienia.
    9. Wykonawca zapewni osobę do kontaktów dyspozycyjną telefonicznie, mailowo lub do spotkań roboczych w siedzibie Zamawiającego lub w formie zdalnej, po wcześniejszym uzgodnieniu terminu (poniedziałek - piątek w godz. 8.15 - 16.15).
    10. Zamawiający pracuje w dni robocze od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy, w godzinach od 8:15 do 16:15. Zamawiający określa możliwość kontaktu z Wykonawcą w wyznaczonych godzinach pracy. Przekazywanie wszelkich materiałów wymagających akceptacji lub podlegających procedurze odbioru będzie realizowane ze strony Wykonawcy z uwzględnieniem godzin pracy Zamawiającego, jednak nie później niż do godziny 15:00.