

**Zapytanie ofertowe 1/10/2022 na działania promocyjne aplikacji sworn.app
w związku z realizacją projektu
„Zwiększenie cyfrowej dostępności i użyteczności informacji sektora publicznego poprzez
stworzenie aplikacji dla tłumaczy przysięgłych i ich klientów”
nr POPC.02.04.00-00-0005/20 realizowanego w ramach Działania 2.4
„Tworzenie usług i aplikacji wykorzystujących e-usługi publiczne i informacje sektora publicznego”
Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014-2020,
Osi Priorytetowej: II E-administracja i otwarty rząd.**

INFORMACJA O ZAMAWIAJĄCYM:

Flipbit sp. z o.o.
ul. Na Wrzosach 9, 30-819 Kraków
KRS: 0000220430
NIP: 6792827214

którą reprezentuje: Adrian Rozum – Prezes Zarządu

Strona internetowa: www.flipbit.pl
Adres e-mail: kontakt@flipbit.pl

Data: 25.10.2022 r.

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

Celem prowadzonych działań promocyjnych mają być reklama wizerunkowa skierowana do tłumaczy przysięgłych oraz reklama kierująca klientów tłumaczy przysięgłych do aplikacji sworn.app dostępnej dla urządzeń mobilnych (Android, iOS) oraz w wersji webowej. Wszystkie działania muszą być prowadzone w sposób spójny i komplementarny tworząc jednolity przekaz do odbiorców.

1. Przedmiotem zamówienia są prace polegające na założeniu i konfiguracji kont w wybranych serwisach społecznościowych, opracowaniu i prowadzeniu strony informacyjnej, bloga aplikacji oraz treści i grafik w nich zamieszczanych oraz przeprowadzenie internetowych kampanii reklamowych.

2. Zakres przedmiotu zamówienia obejmuje:

a. Facebook oraz Instagram

Założenie i konfiguracja Fanpage oraz menedżera reklam.

Konfiguracja raportów, analityki.

Opracowanie strategii komunikacyjnej postów.

Przygotowanie zdjęcia profilowego i zdjęcia w tle.

Uzupełnienie wymaganych informacji.

Przygotowanie co najmniej 6 wpisów Facebook, w tym opracowanie treści i grafiki.

Przygotowanie co najmniej 6 wpisów Instagram, w tym opracowanie treści i grafiki.

Komunikacja z fanami (1 miesiąc, dni robocze 9-18).

Konfiguracja konwersji (PIXEL/API) z aplikacją webową oraz stroną informacyjną aplikacji.

b. LinkedIn

Założenie i konfiguracja profilu biznesowego oraz campaign manager.

Opracowanie strategii komunikacyjnej postów.

Przygotowanie zdjęcia profilowego i zdjęcia w tle.

Uzupełnienie wymaganych informacji.

Przygotowanie co najmniej 6 wpisów LinkedIn o charakterze profesjonalnym (nie mogą być to kalki wpisów Facebook), w tym opracowanie treści i grafiki.

Konfiguracja konwersji z aplikacją webową oraz stroną informacyjną aplikacji.

c. Serwis informacyjny aplikacji/ blog w technologii CMS.

Konfiguracja systemu CMS typu Wordpress, konfiguracja potrzebnych wtyczek. W wypadku użycia płatnego systemu CMS/wtyczek ich cena musi zawierać się w wartości zamówienia. Wymagana wtyczka SEO optymalizująca serwis w celu pozycjonowania w wyszukiwarkach internetowych.

Opracowanie szablonu wizualnego serwisu zgodnego z wyglądem promowanej aplikacji.

Przygotowanie stron informacyjnych (klauzule informacyjne, polityka prywatności, informacje o plikach cookie itp.)

Przygotowanie stron z podstawowymi informacjami o aplikacji (funkcjonalność, cennik, FAQ itp.)

Przygotowanie bloga na temat rozwiązań dla tłumaczy przysięgłych, co najmniej 4 artykuły (po około 3500 znaków), w tym treści i grafiki.

Integracja serwisu z mediami społecznościowymi, wpięcie kodów śledzących (Google, Facebook).

Integracja z Google Analytics.

Optymalizacja SEO serwisu.

d. Założenie i konfiguracja Google Ads, Google Tag Manager.

Analiza i wybór słów kluczowych optymalnych dla przeprowadzenia kampanii reklamowych AdWords.

Konfiguracja reklam w wyszukiwarce, w tym parametrycznych (zmienne miejscowości, języki tłumaczenia).

e. Konfiguracja i realizacja miesięcznych (co najmniej 30 dni) internetowych kampanii reklamowych.

Kampanie reklamowe mogą się rozpocząć po wykonaniu zadań z punktów a-d – będą kierowały do przygotowanych wcześniej materiałów. Część wpisów może być zamieszczana w trakcie kampanii dla wzmocnienia efektu częstego pojawiania się nowości.

Kampania wizerunkowa Facebook/Instagram kierowana do tłumaczy przysięgłych – przynajmniej 100 000 wyświetleń.

Kampania Google Adwords skierowana do osób poszukujących tłumacza przysięgłego – przynajmniej 10 000 kliknięć.

Wartości budżetów reklamowych Google/Facebook/Instagram muszą się zawierać w oferowanej cenie.

f. Opracowanie i wysyłka wiadomości e-mail do 5-10 tysięcy tłumaczy przysięgłych z informacją o możliwości skorzystania z serwisu sworn.app. Użyty serwer pocztowy i redakcja wiadomości muszą minimalizować ryzyko oznaczenia przesyłek jako niechcianych (spam).

g. Przekazanie dostępu administracyjnego oraz majątkowych praw autorskich do wszystkich stworzonych kont i zasobów w ramach realizacji zlecenia.

TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

1. Planowany termin realizacji przedmiotu zamówienia – **do 20.12.2022 r.**
2. Za termin wykonania przedmiotu zamówienia, Zamawiający uznaje dzień przekazania przedmiotu umowy oraz podpisania przez Zamawiającego oraz Wykonawcę protokołu odbioru przedmiotu umowy.

FORMA SKŁADANIA OFERT

Ofertę należy złożyć poprzez wypełnienie załączonego formularza oferty.

DODATKOWE INFORMACJE DOTYCZĄCE PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.
2. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
3. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i wysłaniem oferty.
4. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
5. Oferta musi być złożona w języku polskim.
6. Cena netto i brutto oferty musi być podana w złotych polskich (PLN) i zawierać wszystkie koszty, które mają wpływ na wysokość ceny, w tym budżety reklamowe, opłaty, podatki (również podatek VAT), itp. Różnica pomiędzy ceną oferty netto a ceną oferty brutto może wynikać wyłącznie z podatku VAT.
7. Oferty, których termin realizacji przypada po 22.12.2022 r. nie będą rozpatrywane.

MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę należy składać najpóźniej do dnia **2.11.2022 r., godz.12:00**
2. Ofertę można złożyć w następujący sposób:
 - a. W formie papierowej dostarczonej na adres siedziby firmy.
 - b. W formie elektronicznej poprzez wysłkę na adres e-mail: kontakt@flipbit.pl w formie skanu podpisanego ręcznie dokumentu lub jako dokument PDF opatrzony kwalifikowanym podpisem elektronicznym.
3. Za datę złożenia oferty uznaje się datę faktycznego wpływu oferty do Zamawiającego.
W przypadku złożenia oferty po terminie określonym w pkt. 1 oferta nie będzie rozpatrywana.

KRYTERIA WYBORU OFERTY

Zamawiający dokona wyboru oferty najkorzystniejszej, to jest takiej, która otrzyma najwyższą wartość punktową. Punkty są przyznawane za:

1. Cenę netto wg wzoru: Punkty = 1 000 000 / cena netto
2. Doświadczenie w promocji aplikacji mobilnych skierowanych na rynek polski:
 - a. Zamawiający nie promował w ostatnich dwu latach aplikacji mobilnych lub promowane aplikacje uzyskały łącznie mniej niż 6 000 pobrań – 0 punktów.
 - b. Zamawiający promował w Internecie w ostatnich dwu latach co najmniej jedną aplikację mobilną, która uzyskała w tym czasie co najmniej 6 000 pobrań łącznie ze sklepów Google Play / AppStore – 10 punktów.

Suma punktów za cenę netto (po zaokrągleniu do 0,01) i doświadczenie daje wartość punktową oferty.

ZAŁĄCZNIKI:

1. Załącznik nr 1 – WZÓR FORMULARZA OFERTY