

Nr postępowania: ZP/286/055/U/20

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SOPZ) na usługę prowadzenia mediów społecznościowych dla Politechniki Gdańskiej (Facebook, Instagram)

Informacje ogólne

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na profesjonalnym, kompleksowym, kreatywnym i spójnym prowadzeniu mediów społecznościowych Zamawiającego na portalach społecznościowych: Facebook, Instagram oraz zapewnieniem płatnej reklamy.

Podstawowym celem prowadzenia profili w mediach społecznościowych przez Wykonawcę jest zaangażowanie społeczności wokół Politechniki Gdańskiej, w tym budowanie pozytywnego wizerunku, nawiązywanie interakcji i budowanie więzi z fanami reprezentującymi różne grupy docelowe.

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca opracował strategię działań wspólną dla 2 (dwóch) profili, możliwą do zrealizowania w ramach obsługi podstawowej. Strategia musi uwzględniać uwagi Zamawiającego i zostać przez niego zaakceptowana.

Wykonawca swoje działania w głównej mierze powinien opierać na „Strategii promocji marki Politechnika Gdańska - uczelnia badawcza w latach 2020-2026”, która została opracowana w związku z uzyskaniem statusu Uczelni Badawczej. Wykonawca zobowiązany jest realizować swoje zadania również zgodnie z Systemem Identyfikacji Wizualnej. Wykonawca prowadząc profile Zamawiającego w mediach społecznościowych będzie również uwzględniał najnowsze rozwiązania, panujące trendy, specyfikę grup docelowych oraz bieżące rekomendacje Zamawiającego. Podejmowane działania na profilach będą podlegały akceptacji Zamawiającego i muszą uwzględniać jego uwagi.

Podstawowym źródłem pozyskiwania tematów do postów jest strona internetowa www.pg.edu.pl, na której zamieszczane są informacje m.in. o bieżących wydarzeniach, odkryciach naukowych, prowadzonych badaniach, sukcesach sportowych, działalności studenckiej. Te same tematy mogą być prezentowane na różnych profilach, z uwzględnieniem ich specyfiki i grupy docelowej.

Cele do osiągnięcia dla poszczególnych mediów społecznościowych

L.p.	profil	cele do osiągnięcia
1	Facebook	utrwalanie i poszerzanie świadomości marki oraz zakresu działalności Politechniki Gdańskiej ze szczególnym uwzględnieniem uzyskania statusu Uczelni Badawczej systematyczne zwiększanie zasięgów dzięki treściom i obrazom

		jakościowym oraz budowaniu zaangażowania użytkowników skuteczne przekierowywanie grupy docelowej do treści udostępnianych w witrynie pg.edu.pl oraz innych witryn w związku z podejmowanymi tematami
2	Instagram	systematyczne zwiększanie zasięgów dzięki treściom i obrazom jakościowym oraz budowaniu zaangażowania użytkowników skuteczne zachęcanie obserwatorów do oznaczania profilu Politechniki Gdańskiej w swoich postach

Zamawiający wymaga, aby realizacja wyżej wymienionych celów była systematycznie kontrolowana i ujmowana w raportach dla poszczególnych profili za pomocą dedykowanych narzędzi i dostępnych wskaźników.

I. Facebook

1. **Obsługa podstawowa** (oparta na przygotowanej i zatwierdzonej przez Zamawiającego strategii) profilu głównego Politechniki Gdańskiej w języku polskim i angielskim oraz obsługa jednej grupy, np. funkcjonującej obecnie – Maturzyści na PG, będzie obejmowała:

1.1. Opracowanie wspólnej strategii działań na profilach, których celem będzie m.in. realizacja przyjętych założeń do osiągnięcia – do zatwierdzenia w terminie wskazanym w umowie.

1.2. Przygotowywanie i publikowanie 20 angażujących postów (w każdym miesiącu) na tematy zaproponowane przez Wykonawcę lub/i Zamawiającego według poniższych założeń:

- posty będą zawierały co najmniej treść, element graficzny lub video;
- stosowane będą różnorodne formy postów dostępne w ramach FB (np. karuzela, posty z rozwijalną grafiką, zdjęcia i filmy 360 stopni i inne);
- posty będą w różny sposób zachęcały do interakcji użytkowników (np. stosowanie quizów, ankiet, porad, memów, scenek humorystycznych, działań typu RTM)
- stosowanie przyjętego layoutu;
- formy przekazu oraz język dostosowane do grupy docelowej;
- materiały wykorzystywane w postach jako element graficzny lub video muszą być wysokiej jakości, wyselekcjonowane i odpowiednio przygotowane (obrobione) będą one pochodziły z bazy:
 - Wykonawcy – zdjęcia i video będą unikatowe, będą zawierały wizerunek osób (wymagana jest odpowiednia zgoda na wykorzystanie wizerunku) i powinny być wykonane na terenie Kampusu PG lub poza kampusem za zgodą Zamawiającego – min. 50% zdjęć i 100% video
 - Zamawiającego – max. 50% zdjęć;
- publikacja musi uwzględniać najlepszy czas publikowania.

1.3. Tworzenie bieżących relacji poprzez udostępnienie zdjęcia, filmu lub postu widocznych przez 24 godziny.

- 1.4. Przygotowanie (w pierwszym miesiącu świadczenia usługi) dwóch layout-ów dostosowanych do potrzeb profilu i tworzonych postów – dla postów graficznych oraz dla postów video, przy czym:
 - max 80% postów powinno mieć oprawę graficzną z wykorzystaniem layoutu, z czego minimum 20% tych postów powinno być zobrazowanych w formie ruchomej np. w postaci gifów lub animacji;
 - min 20% postów powinno zawierać kilku- lub kilkunasto- sekundowe materiały video z wykorzystaniem layoutu (np. nagrane telefonem);
- 1.5. Przygotowywanie cotygodniowych działań (tj. harmonogramu) komunikacji na profilu; przy czym w przypadku informacji, których nie można było zaplanować Wykonawca przygotowuje i opublikuje post, który nie został ujęty w harmonogramie, na żądanie Zamawiającego;
- 1.6. Inwentaryzacja, aktualizacja i uzupełnienie profilu;
- 1.7. Uzupełnianie na bieżąco kalendarza wydarzeń oraz publikowanie Wydarzeń istotnych dla Zamawiającego i ich aktualizowanie;
- 1.8. Bieżące aktualizowanie zakładki Sklep;
- 1.9. Publikowanie transmisji z wydarzeń na żywo na życzenie Zamawiającego;
- 1.10. Przygotowanie i opublikowanie, dwa razy w trakcie świadczenia usługi, nowej kreacji Cover Video dostosowanej do tematyki profilu, na bazie materiałów Wykonawcy;
- 1.11. Udzielanie odpowiedzi w imieniu Zamawiającego na przychodzące wiadomości (odpowiednio w języku polskim lub angielskim);
- 1.12. Stałe moderowanie tj. odpowiadanie na komentarze, opinie, kontrolowanie treści publikowanych przez fanów, usuwanie treści niezgodnych z zasadami Profilu – od poniedziałku do piątku w godzinach 8.00-21.00 (czas reakcji 1 godzina), oraz w soboty i w niedziele w godzinach 10.00-19.00 (czas reakcji 3 godziny);
- 1.13. Nawiązywanie kontaktu z fanami;
- 1.14. Reagowanie w sytuacjach kryzysowych zgodnie z przyjętym schematem;
- 1.15. Wyszukiwanie wartościowych branżowo profili, obserwowanie ich i właściwe zarządzanie;
- 1.16. Aktywność na innych stronach związanych branżowo (polubienia stron i postów, dodawanie komentarzy);
- 1.17. Bieżące monitorowanie profili innych uczelni wyższych oraz przygotowywanie dwa razy w roku (w połowie roku świadczenia usługi i na koniec świadczenia usługi) sprawozdania nt. podejmowanych przez nie działań oraz statystyk dotyczących polubień profilu i aktywności ich użytkowników;
- 1.18. Zapewnienie płatnej reklamy z wykorzystaniem przygotowanych postów, w taki sposób, aby jak najefektywniej skierować ruch na promowane artykuły, wydarzenia, posty – w ramach umówionej z Zamawiającym kwoty;
- 1.19. Bieżące monitorowanie statystyk dostarczonych przez Facebooka oraz otrzymanych za pomocą dodatkowego narzędzia zaakceptowanego przez Zamawiającego typu Sotrender, Brand24, SentiONE lub równoważnego;
- 1.20. Generowanie miesięcznego raportu ze statystykami Profilu oraz z przeprowadzonych kampanii reklamowych; analiza raportów i przygotowanie na ich podstawie planu działań na kolejny miesiąc;
- 1.21. Przygotowywanie dodatkowego raportu miesięcznego ze statystykami dotyczącymi działań realizujących przyjętą strategię w ramach „Strategii promocji marki

Politechnika Gdańska – uczelnia badawcza w latach 2020-2026”, która została opracowana w związku z uzyskaniem statusu Uczelni Badawczej.

2. Obsługa dodatkowa w języku polskim i angielskim na Facebooku ponad podstawową (na podstawie zamówienia Zamawiającego):

- 2.1. Post – przygotowywanie i opublikowanie angażującego postu na temat zaproponowany przez Wykonawcę lub/i Zamawiającego według założeń jak dla obsługi podstawowej;
- 2.2. Layout – przygotowanie layoutu dostosowanego do potrzeb profilu i tworzonych postów – dla postów graficznych lub dla postów video;
- 2.3. Cover Video – przygotowanie i opublikowanie kreacji Cover Video dostosowanej do tematyki profilu, na bazie materiałów Wykonawcy;
- 2.4. Cover Photo – przygotowanie i opublikowanie kreacji Cover Photo dostosowanej do tematyki profilu, na bazie materiałów Wykonawcy;
- 2.5. Konkurs – przygotowanie i przeprowadzenie konkursu wg następujących wytycznych:
 - Wykonawca przyjmuje rolę organizatora konkursu i przyjmuje na siebie odpowiedzialność za jego przeprowadzenie zgodnie z polskim prawem, w tym podatkowym oraz regulaminem FB,
 - Wykonawca będzie administratorem danych osobowych użytkowników korzystających z treści publikowanych na profilu i biorących udział w konkursach,
 - Wykonawca opracuje formułę i regulamin konkursu do akceptacji Zamawiającego,
 - Wykonawca zapewni nagrody, kwota wynikająca z przekazania nagród (m.in. zakup nagrody rzeczowej, koszt związany z wysyłką, koszt związany z rozliczeniem podatkowym) zostanie doliczona do miesięcznego rozliczenia świadczenia,
 - wybór nagród oraz ich koszt zostaną ustalone z Zamawiającym, wartość jednej nagrody nie przekroczy kwoty 500 zł i zostanie pokryta przez Zamawiającego na podstawie rzeczywiście poniesionych i udokumentowanych kosztów,
 - przygotowanie motywu graficznego zapowiadającego konkurs, uwzględniającego hasła i treści zachęcające do udziału w konkursie oraz nagrody, które można w nim wygrać;
- 2.6. Czat – prowadzenie czat-u na żywo (obsługa techniczna, przyjęcie roli moderatora) odbywającego się w dzień roboczy Zamawiającego, trwającego do 2 godzin;
- 2.7. Zakładka – dodanie nowej zakładki i jej konfiguracja wraz z bieżącą obsługą np. oferty pracy, notatki (m.in. FAQ), usługi (np. oferta studiów płatnych);
- 2.8. Grupa – dodanie nowej grupy tematycznej i jej konfiguracja.
- 2.9. Avatar – stworzenie postaci związanej z profilem, która będzie służyła do komunikacji z użytkownikami.
- 2.10. Nakładka – stworzenie grafiki na zdjęcie profilowe.

II. Instagram

1. **Obsługa podstawowa** (oparta na przygotowanej i zatwierdzonej przez Zamawiającego strategii) profilu głównego Politechniki Gdańskiej w języku polskim i angielskim będzie obejmowała:
 - 1.1. Opracowanie wspólnej strategii działań na profilach, których celem będzie m.in. realizacja przyjętych założeń do osiągnięcia – do zatwierdzenia w terminie wskazanym w umowie.
 - 1.2. Przygotowywanie i publikowanie ok. 20-30 angażujących postów (w każdym miesiącu) zaproponowanych przez Wykonawcę według poniższych założeń:
 - posty będą zawierały co najmniej zdjęcie lub video, treść, lokalizację i poprawnie zdefiniowane hasztagi zwiększające zasięgi profilu,
 - stosowane będą różnorodne formy postów dostępne w ramach medium (np. posty z jednym zdjęciem, z kilkoma zdjęciami, z video nagrany np. telefonem, reposty użytkowników za ich zgodą, Instastories poprzez udostępnienie zdjęcia, filmu lub postu widocznych przez 24 godziny),
 - jeden raz w kwartale Wykonawca zaprojektuje układankę z wykorzystaniem 3, a max. 12 kafli, tworzącą obszerną formę graficzną komponującą się z pozostałymi kafkami – cała układanka będzie traktowana jako jeden post.
 - posty będą w różny sposób zachęcały do interakcji użytkowników (np. stosowanie quizów, ankiet, porad, memów, scenek humorystycznych, działań typu RTM),
 - posty/zdjęcia/grafiki powinny mieć jednolity styl, charakter, prezentowane posty powinny być oparte na przyjętej stylistyce,
 - formy przekazu oraz język dostosowane do grupy docelowej;
 - materiały wykorzystywane w postach jako element graficzny lub video będą pochodziły z bazy Wykonawcy – zdjęcia i video będą unikatowe, powinny być wykonane na terenie Kampusu PG lub poza kampusem za zgodą Zamawiającego
 - publikacja musi uwzględniać najlepszy czas publikowania.
 - 1.3. Przygotowywanie cotygodniowych działań (tj. harmonogramu) komunikacji na profilu; przy czym w przypadku informacji, których nie można było zaplanować Wykonawca przygotowuje i opublikuje post, który nie został ujęty w harmonogramie, na żądanie Zamawiającego;
 - 1.4. Inwentaryzacja, aktualizacja i uzupełnienie profilu;
 - 1.5. Stałe moderowanie Profilu; odpowiadanie na komentarze od poniedziałku do piątku w godzinach 8.00-21.00 (czas reakcji 1 godzina), oraz w soboty i w niedziele w godzinach 10.00-19.00 (czas reakcji 3 godziny);
 - 1.6. Udzielanie odpowiedzi w imieniu Zamawiającego na przychodzące wiadomości (odpowiednio w języku polskim lub angielskim);
 - 1.7. Nawiązywanie kontaktu z fanami;
 - 1.8. Reagowanie w sytuacjach kryzysowych zgodnie z przyjętym schematem;
 - 1.9. Wyszukiwanie wartościowych branżowo profili, obserwowanie ich i właściwe zarządzanie;
 - 1.10. Aktywność na innych stronach związanych branżowo (polubienia stron i postów, dodawanie komentarzy);

- 1.11. Bieżące monitorowanie profili innych uczelni wyższych oraz przygotowywanie dwa razy w roku (w połowie roku świadczenia usługi i na koniec świadczenia usługi) sprawozdania nt. podejmowanych przez nie działań oraz statystyk dotyczących polubień profilu i aktywności ich użytkowników;
- 1.12. Zapewnienie płatnej reklamy z wykorzystaniem przygotowanych postów, w taki sposób, aby jak najefektywniej skierować ruch na promowane artykuły, wydarzenia, posty – w ramach umówionej z Zamawiającym kwoty;
- 1.13. Bieżące monitorowanie statystyk dostarczonych przez Facebooka oraz otrzymanych za pomocą dodatkowego narzędzia zaakceptowanego przez Zamawiającego typu Sotrender, Brand24, SentiONE lub równoważnego;
- 1.14. Generowanie miesięcznego raportu ze statystykami Profilu oraz z przeprowadzonych kampanii reklamowych; analiza raportów i przygotowanie na ich podstawie planu działań na kolejny miesiąc;
- 1.15. Przygotowywanie dodatkowego raportu miesięcznego ze statystykami dotyczącymi działań realizujących przyjętą strategię w ramach „Strategii promocji marki Politechnika Gdańska – uczelnia badawcza w latach 2020-2026”, która została opracowana w związku z uzyskaniem statusu Uczelni Badawczej.

2. **Obsługa dodatkowa** w języku polskim i angielskim na Instagramie ponad podstawową (na podstawie zamówienia Zamawiającego):

- 2.1. Czat – prowadzenie czat-u na żywo (obsługa techniczna, przyjęcie roli moderatora) odbywającego się w dzień roboczy Zamawiającego, trwającego do 2 godzin;
- 2.2. Zakładka (wyróżnione relacje) – dodanie nowej zakładki i jej konfiguracja wraz z bieżącą obsługą np. oferty pracy, notatki (m.in. FAQ), usługi (np. oferta studiów płatnych);
- 2.3. Grupa – dodanie nowej grupy tematycznej i jej konfiguracja.
- 2.4. Avatar – stworzenie postaci związanej z profilem, która będzie służyła do komunikacji z użytkownikami.
- 2.5. Sklep – konfiguracja sklepu na Instagramie w oparciu o katalog produktów na FB.
- 2.6. Konkurs – przygotowanie i przeprowadzenie konkursu wg następujących wytycznych:
 - Wykonawca przyjmuje rolę organizatora konkursu i przyjmuje na siebie odpowiedzialność za jego przeprowadzenie zgodnie z polskim prawem, w tym podatkowym oraz regulaminem Instagrama,
 - Wykonawca będzie administratorem danych osobowych użytkowników korzystających z treści publikowanych na profilu i biorących udział w konkursach,
 - Wykonawca opracuje formułę i regulamin konkursu do akceptacji Zamawiającego,
 - Wykonawca zapewni nagrody, kwota wynikająca z przekazania nagród (m.in. zakup nagrody rzeczowej, koszt związany z wysyłką, koszt związany z rozliczeniem podatkowym) zostanie doliczona do miesięcznego rozliczenia świadczenia,
 - wybór nagród oraz ich koszt zostaną ustalone z Zamawiającym, wartość jednej nagrody nie przekroczy kwoty 500 zł i zostanie pokryta przez Zamawiającego na podstawie rzeczywiście poniesionych i udokumentowanych kosztów,

- przygotowanie motywu graficznego zapowiadającego konkurs, uwzględniającego hasła i treści zachęcające do udziału w konkursie oraz nagrody, które można w nim wygrać;
- 2.7. Akcja specjalna – zorganizowanie akcji specjalnej według pomysłu Wykonawcy lub Zamawiającego, która ma na celu zachęcenie fanów PG do udostępniania na własnych profilach zdjęć z oznaczeniem tej akcji. Wszystkie elementy akcji, w tym zasady udziału, wykonanie profesjonalnych grafik zapowiadających akcję oraz organiczna promocja dostępnymi kanałami po stronie Wykonawcy,
- 2.8. Instameet – zorganizowanie spotkania według pomysłu Wykonawcy lub Zamawiającego, dla miłośników fotografii, na terenie kampusu PG lub w innym miejscu, uzgodnionym z Zamawiającym, w celu wykonania zdjęć na Instagram. Wszystkie elementy akcji, w tym zasady udziału, zaproszenia, rejestracja uczestników, wykonanie profesjonalnych grafik zapowiadających akcję oraz organiczna promocja dostępnymi kanałami po stronie Wykonawcy.