

OPIS SZCZEGÓŁOWY ZAMÓWIENIA

1.1. Tytuł Projektu:

Kompleksowa obsługa Polskiej Organizacji Turystycznej w zakresie marketingu internetowego realizowanego na rynku malezyjskim

1.2. Opis celów projektu

Głównym celem projektu jest promocja Polski jako miejsca atrakcyjnego dla turystów z rynku malezyjskiego poprzez kompleksowe działania w zakresie marketingu internetowego.

1.3 Opis Przedmiotu zamówienia:

Przedmiot niniejszego zamówienia stanowią usługi realizowane na rynku malezyjskim. Usługa będzie realizowana w terminie od momentu zawarcia umowy do 31 grudnia 2018 roku, w jęz. angielskim

1. Zakres usługi obejmuje:

- a) Landing page : strona startowa oraz 4 podstron, max 25 artykułów opracowanych na podstawie informacji otrzymanych od POT, powiązanie z platformami social media, SSL, hosting na min. 1 rok, CMS,
- b) Kampanie internetowe
 - prowadzenie kampanii internetowych w social media (4 kampanie rocznie, po jednej w każdym kwartale na Facebook w formie postów sponsorowanych oraz 4 kampanie rocznie na Youtube w formie reklamy tekstowej na Youtube (in-video ads). Zasięg każdej z kampanii to 5000 odbiorców, czas trwania 2 tygodnie
 - prowadzenie kampanii internetowych na Facebook FB PLA w modelu CPF mających na celu pozyskanie w ciągu roku minimum 17 000 fanów
- c) Konkursy w social media
 - przeprowadzenie 4 konkursów internetowych na Facebooku. Konkursy prowadzone na dedykowanym profilu. Opracowanie regulaminu konkursu należy do Wykonawcy, POT przekaze nagrody oraz tematy konkursów wraz z grafiką. Każdy z konkursów trwać będzie 2 tygodnie.
- d) Komunikacja w social media.
 - Założenie i prowadzenie profilu na Facebooku, minimum 1 wpis dziennie. Wpisy opracowywane przez agencję na podstawie informacji dostarczanych przez POT.
 - odpowiadanie na pytania i moderowanie dyskusji
 - reagowanie na negatywne opinie i posty (sposób reakcji powinien być konsultowany z POT).
 - udzielanie odpowiedzi na korespondencję przesyłaną na konto wiadomości w ramach platformy FB.
 - wykorzystywanie bieżących pretekstów (wydarzeń) promocyjnych realizowanych na rynku przez inne podmioty działające w zakresie promocji Polski na rynku malezyjskim do promocji profilu na Facebooku. Na podstawie informacji otrzymanych od POT.
- e) Przygotowywanie raportów z przebiegu kampanii realizowanych na Facebook wraz z rekomendacjami na przyszłość. Raporty powinny zawierać takie dane:
- f) podsumowanie wyników najważniejszych zmiennych: liczba osób, do których dotarł profil, procent zasięgu płatnego;
- g) zasięg – liczba fanów, zasięg całkowity, podział zasięgu – organiczny, płatny, wirusowy);
- h) zaangażowanie – najważniejsze informacje o użytkownikach, którzy angażowali się na profilu w danym przedziale czasowym;
- i) najlepsze treści – zestawienie najlepszych treści opublikowanych przez stronę w danym przedziale czasowym;
- j) obsługa klienta – podsumowanie aktywności strony, związanej z odpowiadaniem na posty użytkowników;

- k) aktywność administratora – podsumowanie aktywności administratora w danym przedziale czasowym;
- l) porównanie – porównanie bieżących wyników z wynikami z poprzedniego analogicznego okresu.

1.4. Kraj Zamawiającego - Polska

1.5. Lokalizacja projektu – Malezja