

Príloha č.1 Rámcovej dohody

ČASŤ B. Opis predmetu zákazky

Nižšie sú stanovené záväzné požiadavky na služby tvoriace predmet zákazky. Pokiaľ sa v opise predmetu zákazky použil odkaz na konkrétnu značku, výrobcu, alebo výrobok alebo typ výrobku – tieto boli použité výlučne pre ilustráciu vtedy, ak nebolo možné dostatočne presne a zrozumiteľne opísať predmet zákazky v súlade so ZVO a obvyklou obchodnou praxou prevažujúcou pri dodávke rovnakých alebo obdobných predmetov zákazky. V takýchto prípadoch sa má za to, že je takýto odkaz vždy doplnený slovami "alebo ekvivalentný" a platí, že uchádzač môže vždy ponúknuť aj ekvivalentné alebo lepšie plnenie v súlade s ustanovením § 42 ods. 3 ZVO.

1 CIEĽ, OPIS PREDMETU ZÁKAZKY A ŠPECIFIKÁCIA POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB

1.1. CIEĽ

- vybudovanie *digitálneho automatizovaného prostredia pre získavanie nových potenciálnych klientov Národného projektu Podpora internacionalizácie malých a stredných podnikov (NP) pre riadenie komunikácie v digitálnom prostredí z jedného miesta pomocou Online PPC kampaní a priamych kampaní v rámci životného cyklu náboru potenciálnych klientov a existujúcich odberateľov a klientov na web stránke www.sario.sk*. Vytváranie automatizovaných kampaní pre identifikáciu firiem a ich relevantných zástupcov, komunikáciu konkrétnych podujatí novým a existujúcim odberateľom a klientom agentúry a NP čím dosiahneme zvýšenie povedomia o NP a zvýšenie miery zapojenia sa do aktivít agentúry a NP a tým podporiť plnenie merateľných ukazovateľov NP.
- *zabezpečenie jednotnej a automatizovanej online publicity prostredníctvom PPC kampaní a priamych kampaní* pre jednotlivé aktivity a podujatia organizované v rámci Národného projektu a podujatí organizované agentúrou:
 - ✓ *Podnikateľské misie,*
 - ✓ *Veľtrhy a výstavy,*
 - ✓ *Exportné akadémie,*
 - ✓ *Kooperačné podujatia*
 - ✓ *Sourcing a Rozvoj dodávateľských reťazcov,*
- *Zabezpečenie platformy* pre presné cielenie kampaní a pre automatizované a individualizované ponuky pre vracajúcich sa návštevníkov, alebo návštevníkov, ktorí prichádzajú na webové sídlo obstarávateľa tak, aby im bol dynamicky ponúkaný obsah relevantný pre nich. Platforma musí umožňovať najmä:
 - ✓ *Sledovanie (tracking) návštevníkov web stránky na základe ich preferencie,*
 - ✓ *Individualizovanú úpravu webovej stránky návštevníkovi, ktorí sa na stránku vracia na základe jeho preferencií,*

- ✓ *Individualizovanie landing page aj tým záujemcom, ktorí sa na webovú stránku obstarávateľa nedostanú priamym preklikom, ale aj po inom čase iným kanálom (priamy klik, vyhľadávanie google, odklik newsletter),*
- ✓ *Personalizácia obsahu newslettera/iného direct mailu na základe predchádzajúceho záujmu a preferencií návštevníkov*
- **Vytvorenie kreatívnych riešení pre on-line kampane** s dôrazom na tvorbu vizuálnych a textových formátov a vhodnú skladbu kľúčových slov použitých pri kampaniach pre jednotlivé formáty podujatí zabezpečovaných obstarávateľom:
 - ✓ *Návrh kľúčových slov,*
 - ✓ *Copywriting kampaní v súčinnosti s obstarávateľom,*
 - ✓ *Kreatívna tvorba vizuálnych elementov digitálnych kampaní v súčinnosti s obstarávateľom,*
 - ✓ *Automatizovaná dynamická úprava frontpage a landingpage webového sídla obstarávateľa pre recipientov reklamných kampaní*
 - ✓ *Od uchádzača sa očakáva, že zadefinuje jednotný grafický jazyk, ktorý bude zahŕňať kreativitu všetkých kampaní. Neočakáva sa vytvorenie špecifického dizajnmanuálu, iba to, aby všetka kreatíva mala zjednotený dizajnerský jazyk. Uchádzač by mal vychádzať z manuálu pre branding Slovenska: [https://sacr3-files.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Identita/Dizajnov%C3%BD%20manu%C3%A1l%20Branding%20Slovenska%20\(%C3%BApln%C3%A1%20verzia\).pdf](https://sacr3-files.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Identita/Dizajnov%C3%BD%20manu%C3%A1l%20Branding%20Slovenska%20(%C3%BApln%C3%A1%20verzia).pdf)*

1.2. STRUČNÝ OPIS PREDMETU ZÁKAZKY

Predmetom zákazky je príprava a organizačné zabezpečenie komunikačno-informačnej kampane k aktivitám Národného projektu – Podpora internacionalizácie malých a stredných podnikov v rámci Operačného programu Integrovaná infraštruktúra.

Cieľom komunikačno-informačnej kampane je informovanie cieľovej skupiny o aktivitách realizovaných v rámci Národného projektu, o efektívnosti a širokom spektre aktivít realizovaných vďaka financovaniu z Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu integrovaná infraštruktúra (OPII).

Účelom komunikačno-informačnej kampane je identifikácia a prilákanie nových potenciálnych účastníkov aktivít a podujatí Národného projektu Podpora internacionalizácie malých a stredných podnikov (NP) a zvýšenie návštevnosti web stránku www.sario.sk/NP za účelom bližšej informovanosti o podujatiach agentúry, zvýšiť mieru zapojenia cieľovej skupiny a zároveň podporiť osvetu medzi existujúcimi odberateľmi a klientami agentúry či NP s cieľom zvýšiť povedomie o NP a všetkých jeho aktivitách medzi cieľovými skupinami a tým podporiť plnenie merateľných ukazovateľov NP.

Výsledkom tohto verejného obstarávania bude uzavretie rámcovej dohody o zabezpečení a realizácii marketingovej kampane (ďalej aj „poskytovateľ“) na poskytovanie služieb komunikačno-informačnej kampane na obdobie 24 mesiacov alebo do vyčerpania zmluvného plnenia a poskytnutie automatizovaného nástroja na dynamickú úpravu landing a front page stránky obstarávateľa a na sledovanie recipientov kampaní na obdobie 36 mesiacov, aby bolo možné zabezpečiť kontinuitu komunikačných aktivít obstarávateľom aj po ukončení

zmluvného vzťahu na realizáciu marketingovej kampane. Jednotlivé čiastkové objednávky na aktivity uvedené v tomto opise predmetu zákazky budú zadávané verejným obstarávateľom podľa aktuálnych potrieb verejného obstarávateľa podľa informácií o kritériách na vyhodnotenie ponúk a pravidiel ich uplatnenia uvedených v týchto súťažných podkladoch. Predmetom zákazky je poskytnutie realizácie reklamnej a informačnej online kampane s pôsobnosťou vo všetkých samosprávnych krajoch Slovenskej republiky s výnimkou Bratislavského kraja.

1.3. CIEĽOVÁ SKUPINA

- Slovenské malé a stredné podniky so sídlom mimo Bratislavského samosprávneho kraja (podniky do 250 zamestnancov). Cieľovou skupinou, ktorá je podporená v Národnom projekte, sú malé a stredné podniky (MSP) definované prílohou č. I nariadenia Komisie (EÚ) č. 651/2014 zo 17. júna 2014 o vyhlásení určitých kategórií pomoci za zlučiteľné s vnútorným trhom (okrem MSP so sídlom v Bratislavskom samosprávnom kraji, ktorý je v dôsledku zaradenia do skupiny viac rozvinutých regiónov vyňatý z tejto podpory).
- Dospelá populácia
- Vecné zameranie kampane: propagácia jednotlivých podujatí, aktivít a nástrojov NP – zvýšenie miery zapojenia sa a možnosť využitia podpory prostredníctvom Národného projektu a účasti podnikov na veľtrhoch a výstavách, podnikateľských misiách, exportných akadémiách, kooperačných podujatiach na Slovensku a v zahraničí a využitia služby Sourcing a Rozvoj dodávateľských reťazcov.
- Hlavným cieľom Národného projektu je posilnenie internacionalizačných kapacít MSP vrátane prezentácie podnikateľského potenciálu a poskytnutie bezplatných prezentačných, kooperačných a poradenských služieb MSP za účelom zvýšenia ich zapojenia do medzinárodnej spolupráce.

1.4. ŠPECIFIKÁCIA POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB

ČASŤ A

Čiastkové zadania bude verejný obstarávateľ zadávať v rámci komunikačných kanálov a aktivít - **Google vyhľadávanie, obsahová sieť a Remarketing, Facebook reklama, LinkedIn reklama, priama komunikácia a prispôsobenie obsahu web stránky.** Zabezpečenie online priestoru a realizácia online PPC kampaní a priamych kampaní – s využitím pokročilých nástrojov automatizácie komunikácie cílením komunikácie podľa veku, správania sa v online prostredí a na stránke sario.sk kde budú jednotlivé kampane rozdelené na kanály v nasledovnom pomere:

- **A: Google vyhľadávanie, obsahová sieť a Remarketing - 25%** (homepage: www.sario.sk/NP)
 - v minimálnom rozsahu 300 000 celkových zobrazení, z toho minimálne 100 000 unikátnych zobrazení/užívateľov z relevantnej cieľovej skupiny
 - využitie GDN podľa vhodnosti v závislosti od kampane
 - v minimálnom percentuálnom nastavení konverzií Page View - DOM ready na úrovni 1 %, pričom ak nebude zabezpečená takáto miera konverzií, je povinný dodávateľ v kampani pokračovať až do momentu, kým bude dosiahnutý tento plánovaný výsledok každej kampane. To znamená, že ak bude splnená požiadavka minimálneho počtu

zobrazení, ale počet konverzií bude nižší, bude sa navyšovať počet zobrazení, pričom cieľové absolútne číslo konverzií ostáva rovnaké ako na začiatku kampane. Alternatívnym parametrom, ktorý je možné sledovať je dosiahnutie CTR 5,5%.

- *Sledovanie a identifikácia návštevníkov, ktorí reklamu videli, ale na stránku sa dostali iným spôsobom než je preklik.*
- **B: Facebook reklama - 25%** (homepage: www.facebook.com/SARIOagency)
 - *v minimálnom rozsahu 150 000 zobrazení reklám z regiónov mimo bratislavského kraja, z toho 50 000 unikátnych zobrazení/užívateľov z relevantnej cieľovej skupiny*
 - *Zabezpečenie konverzií na požadovaný druh interakcia (preklik, označenie páči sa mi, polož otázku...) na úrovni 5,5 % pôvodného cieľu kampane, pričom dodávateľ musí túto číselnú hodnotu dosiahnuť aj po prekročení plánovaného počtu zobrazení reklamy.*
- **C: LinkedIn reklama - 20%** (homepage: <https://www.linkedin.com/company/slovak-investment-and-trade-development-agency>)
 - *v minimálnom rozsahu 75 000 zobrazení reklám z regiónov mimo bratislavského kraja, z toho 30 000 unikátnych zobrazení/užívateľov z relevantnej cieľovej skupiny*
 - *zabezpečenie jazykových verzií pre prípad nevalidnej kampane z dôvodu jazykovej prekážky*
 - *vytváranie relevantného obsahu afinitného na tému reklamnej kampane a prelinkovanie cez LinkedIn*
 - *Zvyšovanie počtu followerov o 10%*
- **D: Priama komunikácia - 10%** (homepage: www.sario.sk/NP)
 - *Direct mail na konzumentov reklamných kampaní – automatizované získavanie verejných e-mailových adries tých, ktorí reflektujú na reklamné kampane*
 - *Individuálne a personalizované ponuky*
 - *Vyhodnocovanie výsledkov remarketingu s cieľom navýšiť počet konverzií o 1% pri každom nasledujúcom direct maili*
- **E: Automatizované prispôsobenie obsahu webstránky - 10%** (homepage: www.sario.sk/NP)
 - *Automatizovaná úprava landing page na základe preferencie klienta, ktorý reaguje na reklamnú kampaň*
 - *Zabezpečenie tejto zmeny aj v prípade, že sa záujemca nedostane na stránku priamym preklikom z kampane, ale iným spôsobom, ako je napríklad priame zadanie adresy, alebo generickým výsledkom vo vyhľadávači (Znamená to, že ak sa napríklad stretol už s reklamou na niektoré z podujatí, alebo si ju aktívne vyhľadával, mal by mu byť ponúknutý obsah, ktorý je relevantný k danej téme)*
 - *Práca s redakčným systémom stránky a jeho úprava - v súčasnosti Drupal 7*
 - *programátorské práce najmä v implementovaní systému na tracking návštevníkov a dynamickú zmenu landing page na základe poznania zákazníka*
- **F: Kreatívne práce - 10%**
 - *Návrh kľúčových slov pre každú kampaň a ich reevaluácia minimálne 1x po uplynutí 50% času realizácie kampane*

- *Návrh copywritingu pre reklamné kampane, vrátane podtitulov, krátkych anotácií a statusov, ak je to potrebné*
- *Návrh vizuálnej kreativity kampaní, ak je to potrebné v zmysle dizajnmanuálu a v kooperácii s obstarávateľom: ([https://sacr3-files.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Identita/Dizajnov%C3%BD%20manu%C3%A1l%20Branding%20Slovenska%20\(%C3%BApln%C3%A1%20verzia\).pdf](https://sacr3-files.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Identita/Dizajnov%C3%BD%20manu%C3%A1l%20Branding%20Slovenska%20(%C3%BApln%C3%A1%20verzia).pdf))*
- *Návrh komplexného riešenia pre každú kampaň*

Rozsah kampane a sektory:

- ✓ *Automobilový priemysel*
- ✓ *Elektrotechnický priemysel*
- ✓ *Strojársky priemysel*
- ✓ *Chemický a plastikársky priemysel*
- ✓ *Informačné a komunikačné technológie*
- ✓ *SSC & BPO*
- ✓ *Letecký a vesmírny priemysel*
- ✓ *Farmaceutický priemysel*
- ✓ *Potravinársky priemysel*
- ✓ *Aerospace*
- ✓ *R&D*

ČASŤ B

Ďalšie služby realizované pred a počas dodávania služieb uvedených v časti A tohto článku:

- Využitie technológií pre riadenie automatizovanej komunikácie a vypracovanie adekvátnej stratégie pre maximalizáciu efektivity komunikácie, príprava mediálneho plánu pre jednotlivé typy kampaní (PPC kampaň Google, PPC kampaň Facebook a PPC kampaň LinkedIn, priame kampane vo forme Lead Nurturing, využitie dynamického obsahu), ktorý obsahuje najmä špecifiká umiestňovania reklám – výber médií, ako napríklad Facebook, LinkedIn, Google Ads, definovanie cieľových skupín, výber vhodných kľúčových slov, posolstiev, textov, banerov a pod. v spolupráci s objednávateľom pre zabezpečenie služieb uvedených v časti A a B.
- Nákup a poskytnutie online priestoru, nastavenie, realizácia a správa jednotlivých kampaní, vrátane nastavenia cieľov a konverzií na Google Analytics konte agentúry;
- Vytvorenie Lead Score modelu správania sa zákazníkov počas celého obdobia spolupráce pre efektívne riadenie mediálneho rozpočtu a cielenia komunikácie;
- Analýza správania sa používateľov a optimalizácia jednotlivých kampaní na dennej báze;

Činnosti na ktorých sa spolupodieľa alebo ktoré zabezpečuje verejný obstarávateľ (objednávateľ):

- ✓ *Podklady, povinné označenie projektu ako aj podklady k tvorbe kampane dodá zodpovedná osoba za marketingovú komunikáciu agentúry*
- ✓ *Prístup do existujúceho Google Adwords konta agentúry poskytne verejný obstarávateľ na celú dobu trvania kampane.*
- ✓ *Na grafickej tvorbe reklamných bannerov bude spolupracovať projektový manažér pre marketingovú komunikáciu/grafik agentúry*
- ✓ *Všetky textové a vizuálne podklady budú publikované online až po schválení zo strany verejného obstarávateľa*
- ✓ *Cena musí byť konečná a zahŕňať všetky personálne a režijné náklady dodávateľa, pravidelné konzultácie u zadávateľa vo všetkých fázach prípravy, realizácie či vyhodnocovania jednotlivých kampaní.*

ČASŤ C

Vyhodnotenie jednotlivých kampaní podľa objednávateľom požadovaných parametrov a kritérií dodaním tzv. reportu výkonnosti kampane;

Forma reportu:

- ✓ *vyhodnotenie jednotlivých kampaní podľa objednávateľom požadovaných parametrov a kritérií dodaním tzv. reportu výkonnosti kampane:*
- ✓ *očakávanie vs. realita v absolútnom aj % vyjadrení,*
- ✓ *dosah /počet unikátnych užívateľov,*
- ✓ *click through rate v % (SK: miera prekliknutia na cieľovú stránku),*
- ✓ *počet konverzií a miera konverzie v % - treba nastaviť v GA registračný link ako konverziu, response rate kampane v % (celková odozva kampane)*
- ✓ *Počet návštevníkov stránky, ktorí vzhľadli reklamu, no na stránku sa dostali iným spôsobom.*
- ✓ *Miera konverzií v závislosti od cieľových skupín*