



Świlcza, dn. 25.04.2012r.

DREAM/POIG/ZO/2/13

ZAPYTANIE OFERTOWE NA

**Przygotowanie i przeprowadzenie kompleksowej kampanii promocyjnej portalu
TechnicalEnglish.eu**

DREAM/POIG/ZO/2/13

Szacunkowa wartość zamówienia: powyżej 14 000 euro

W związku z realizacją projektu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka pn. „Stworzenie unikatowej platformy dla branży lotniczej i technicznej podnoszącej kwalifikacje z dziedziny specjalistycznego języka angielskiego” firma DREAMLINE poszukuje wykonawcy odpowiedzialnego za przygotowanie, koordynację i realizację kompleksowej kampanii promocyjnej promującej internetową platformę edukacyjną „TechnicalEnglish.eu”

I. ZAMAWIAJĄCY

DREAMLINE Marcin Szpecht
Świlcza 401,
36-072 Świlcza, woj.podkarpackie
REGON 180687804
NIP 5170086339
e-mail: info@dreamline.pl

Osoba do kontaktów w sprawie zapytania:
Marcin Szpecht
tel. 662071938
e-mail: mszpecht@dreamline.pl

II. INFORMACJA O ŹRÓDLE FINANSOWANIA

Zamówienie będzie finansowane z realizowanego przez firmę DREAMLINE projektu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, którego celem jest Stworzenie unikatowej platformy dla branży lotniczej i technicznej podnoszącej kwalifikacje z dziedziny specjalistycznego języka angielskiego.



III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie, koordynacja i realizacja kompleksowej kampanii promocyjnej portalu TechnicalEnglish.eu. Oferta powinna obejmować w szczególności:

1. Przygotowanie założeń ogólnych, sposobu sprawdzania efektywności dot. całego projektu w ścisłej współpracy z Zamawiającym, zgodnie z przygotowaną już strategią marketingową:
 - a. polityka cenowa, cena za grupę kursów, wszystkie kursy, oferta dla szkół, korporacji itp, abonament dla większych odbiorców, abonament dla klientów indywidualnych, polityka cenowa za udostępnianie modułu rekrutacyjnego
 - b. polityka cenowa z rozróżnieniem na kraje docelowe
 - c. systemy rabatowe, bonusy dla polecających, systemy premiowe itp
 - d. polityka licencyjna dla większych odbiorców, licencje edukacyjne itp
2. Przygotowanie projektu do kampanii marketingowej na rynku POLSKIM:
 - a. Przygotowanie szczegółowego opisu produktów udostępnianych na portalu
 - i. Kurs Angielski techniczny - podział na grupy w zależności od grupy docelowej, poruszanej tematyki itp. Szczegółowy opis, przygotowanie tekstów opisujących produkt na stronę, przygotowanie opisów pod kątem SEO, plan lekcji, print-screeny, przygotowanie tekstów, haseł promocyjnych, sprawdzenie zgodności pod względem marketingowym, sprawdzenie i wprowadzenie zmian we wszystkich tekstach pod kątem NLP.
 - ii. Angielski lotniczy - podział na grupy w zależności od grupy docelowej, poruszanej tematyki itp. Szczegółowy opis, przygotowanie tekstów opisujących produkt na stronę, przygotowanie opisów pod kątem SEO, plan lekcji, print-screeny, przygotowanie tekstów, haseł promocyjnych, sprawdzenie zgodności pod względem marketingowym, sprawdzenie i wprowadzenie zmian we wszystkich tekstach pod kątem NLP.
 - iii. Testy rekrutacyjne - Szczegółowy opis, przygotowanie tekstów opisujących produkt na stronę, przygotowanie opisów pod kątem SEO, sprawdzenie zgodności pod względem marketingowym, sprawdzenie i wprowadzenie zmian we wszystkich tekstach pod kątem NLP.



Każdy z kursów musi zostać dokładnie opisany i scharakteryzowany. Poszczególne grupy także zostaną dokładnie opisane i scharakteryzowane. Parametryzacja pozwoli zbudować wyszukiwarkę poszczególnych kursów do zaimplantowania na portalu.

- b. Budowa i uruchomienie dodatkowych landing page dla obu kursów językowych w języku polskim i angielskim na różnych posiadanych domenach – w tym angielskilotniczy.pl, aviationenglish.eu, technicalenglish.pl, angielskitechniczny.pl.
- c. Budowa i uruchomienie dodatkowych landing page, dodatkowego portalu dla testów rekrutacyjnych, po analizie grupy docelowej
- d. Dopracowanie portalu, wszystkich landing page, przekierowań itp. w zakresie:
 - i. analizy i wyboru słów kluczowych na podstawie opisu produktów i charakterystyki zakładanej grupy docelowej
 - ii. przygotowanie treści użytkowych (cennik, instrukcja użytkowania, pomoc techniczna itp.)
 - iii. schematu funkcjonalnego na podstawie opisów produktów i pozostałych ustaleń dot. rozwiązań cenowych i innych.
 - iv. przygotowanie treści z uwzględnieniem słów kluczowych
 - v. projekt graficzny dodatkowych landing page, pod względem PR najbardziej skłaniających do zakupu, teksty z wykorzystaniem zaawansowanych technik NLP
 - vi. połączenia platformy technicalenglish.eu z dodatkowymi landing page
 - vii. uruchomienia wszystkich landing page i przeprowadzenie testów
- e. Analiza ruchu na stronach, wskaźnika konwersji – ciągła optymalizacja
- f. Przygotowanie dodatkowego zaplecza do pozycjonowania polegające na:
 - i. stworzeniu blogów dla każdej grupy kursów z wskazaniem na grupę docelową, dla uzyskania wyższej pozycji dla wybranego słowa kluczowego.
 - ii. stworzeniu stron typu leading page, quazzer page związanych z grupami docelowymi dla każdego z produktów
 - iii. analiza działań mająca na celu maksymalizację efektywności dopasowania produktu do docelowego odbiorcy narzędzia monitorowania pozycji google webmaster, google analytics itp.



- g. działania marketingowe i PR na portalach branżowych i tematycznych:
 - i. analiza rynku portali branżowych i tematycznych dla każdego z produktów, wybranie najkorzystniejszych ze względu na dostęp do grupy docelowej
 - ii. przygotowanie i umieszczenie bezpłatnych i płatnych artykułów na portalach branżowych dotyczących poszczególnych grup docelowych, na portalach: studenckich, skupiających emigracje zarobkową, inżynierów, portalach związanych z ofertami pracy-podnoszeniem kwalifikacji i innych tematycznych związanych z zawodami wykorzystującymi znajomość języka angielskiego w zakresach objętych kursami z ofert, itp.
 - iii. aktywne działania na forach dyskusyjnych używanych przez grupy docelowe.
 - iv. stworzenie i prowadzenie Social Mediów,
 - v. promocja portalu poprzez organizację np. konkursów, quizów – nagrodą może być okresowy dostęp do wybranych kursów - szeroka komunikacja dot. przeprowadzanych konkursów pozwoli promować ten sposób nauki
 - vi. prezentacja kursów/ciekawostki dotyczące poszczególnych kursów
 - vii. kampanie e-PR na portalach pracy i stronach z ofertami pracy
 - viii. przygotowanie reklam graficznych/flashowych na portale, do gazet
- h. Przygotowanie bazy kontaktowej potencjalnych odbiorców grupowych/korporacyjnych kursów językowych z ich szczegółowym opisem:
 - i. organizacje/stowarzyszenia studenckie działające w zakresie wymiany zagranicznej studentów; organizacji staży zagranicznych itp. (Erasmus, ISIC itp)
 - ii. uczelnie wyższe, technika, szkoły zawodowe, centra kształcenia praktycznego, inne komercyjne organizacje szkoleniowe
 - iii. podmioty odpowiadające za edukację w powiatach/miastach/województwach ze szczególnym uwzględnieniem osób/działów piszących wnioski o dofinansowanie unijne dla swoich szkół
 - iv. działy HR duże firmy inżynierskie produkujące/serwisujące
 - v. firmy szkoleniowe szkolące w obszarze technicznym
 - vi. stowarzyszenia inżynierów, studentów, klastry
 - vii. organizatorzy i terminy tematycznych targów, wystaw, pokazów, eventów



- i. Nawiązywanie kontaktów z organami z punktu h (powyżej) w celu przedstawienia produktu, wysondowania zainteresowania i możliwości zakupu, przygotowanie tekstów telemarketingowych, sprawdzić możliwości umówienia się na spotkanie, kampanie PRowe – mailowe graficzne życzenia świąteczne, okolicznościowe itp.,
 - j. Analiza i przygotowanie mailingu do grupy docelowej (w tym uzyskanie zgód na przesłanie informacji handlowych tą drogą zgodnie z prawem)
 - k. Przygotowanie kampanii AdWords klasycznej i graficznej i uruchomienie testowej kampanii testowej dla sprawdzenia współczynników konwersji, stosunku kosztów do zysków, wygenerowanie ruchu na stronach i sprawdzenie ich pod kątem zachowania grup a następnie kontynuacja kampanii.
 - l. Nawiązywanie kontaktów z mediami konwencjonalnymi, radio, tv, czasopisma w celu promocji
 - m. Przygotowanie scenariusza i tekstów, do filmików promocyjnych i przeprowadzenie kampanii promocyjnej na YOUTUBE.
 - n. Przygotowanie filmiku/animacji promocyjnej (preferowana technologia Adobe After Effect)
 - o. Przygotowanie kampanii informacyjnej o naszych kursach językowych dla podmiotów piszących projekty unijne
 - p. Bieżąca analiza i monitoring konkurencji
 - q. Zbieranie i analiza opinii o kursie wśród uczestników, przygotowanie raportów poprawy skuteczności i zadowolenia klientów.
3. Przygotowanie projektu do akcji promocyjnej, oraz działania promocyjne na rynku NIEMIECKIM i ROSYJSKIM:
- a. Analogiczne działania jak dla rynku polskiego będą prowadzone na podstawie doświadczeń z tego rynku.
 - b. Analiza i wybór rynków najbardziej perspektywicznych
 - c. Analiza prawna i podatkowa dot. tego typu działalności,
 - d. Kolejność i rodzaj działań podobna jak przy wprowadzaniu produktów na rynek polski.
 - i. analiza i wybór grup docelowych
 - ii. analiza i wybór słów kluczowych w odniesieniu do wyszukiwarek używanych



- w danej lokalizacji
- iii. stworzenie dodatkowych portali w języku danego kraju i języku angielskim
 - iv. Stworzenie dodatkowych landing page, analiza zapotrzebowania na dodatkowe domeny.
 - v. dostosowanie portalu do specyfiki i docelowego odbiorcy w danym kraju - działania marketingowe i PR na portalach branżowych na zasadach podobnych jak na rynku polskim

DODATKOWE WYMAGANIA:

1. Spotkania robocze odbywać się będą w miejscu i czasie wskazanym przez Zamawiającego
2. Wykonawca zobowiązany będzie do cotygodniowego szczegółowego raportowania z postępów swoich prac
3. W swoich działaniach Wykonawca uwzględni strategię marketingową przygotowaną na potrzeby projektu

IV. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Zamówienie będzie realizowane i **finansowane** w dwóch etapach. Pierwszy z nich zakładający przygotowanie merytoryczne całej kampanii na rynek Polski, następnie fizyczne działania. Zamówienie ma być rozpoczęte zaraz po udzieleniu zamówienia, natomiast zakończenie planowane jest na 30.08.2013r. biorąc pod uwagę dalszą współpracę po zakończeniu projektu.

Przygotowanie i realizacja kampanii dla rynków zagranicznych ma zostać rozpoczęta równolegle z rynkiem polskim nie mniej jednak z opóźnieniem w stosunku do niej ze względu na wnioski jakie można będzie wyciągnąć z rozpoczęcia kampanii dla rynku polskiego. Zakończenie finansowania planowane jest na 30.08.2013r.

V. OPIS WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

- 5 O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać wykonawcy, którzy spełniają następujące warunki:
 - 5.1 posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień;
 - 5.2 Posiadają niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponują potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonywania zamówienia lub przedstawiają pisemne zobowiązanie innych podmiotów do udostępnienia potencjału technicznego i osób zdolnych do wykonania zamówienia,



- 5.3 Dysponują zespołem specjalistów z doświadczeniem z przynajmniej jedną osobą na stanowisku: copywriter, programista, specjalista SEO oraz SEM, grafik/osoba od animacji, specjalista z zakresu social media, kierownik projektu z zastrzeżeniem, że jedna osoba nie łączy powyżej wymienionych funkcji.
- 5.4 Posiadają doświadczenie w zakresie prowadzenia kampanii marketingowych klasycznych i internetowych w Polsce oraz za granicą.

VI. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

Zawartość oferty.

- 6.1 Oferta przygotowana przez Wykonawcę ma składać się z formularza oferty, w którym należy zawrzeć:
- 6.1.1 Dane teleadresowe firmy wraz ze wskazaną osobą do kontaktu w sprawie oferty (wraz z numerem telefonu i e-mailem osoby kontaktowej), numerem NIP oraz REGON-em firmy,
 - 6.1.2 Propozycję całkowitej ceny netto za realizację usługi w formie tabeli.
 - 6.1.3 W tabeli podane są wartości minimalne liczby akcji zawarte w całej kampanii promocyjnej. Jeżeli według Oferenta liczba akcji wypisana w tabeli 6.1.2. jest niewystarczająca lub jest w stanie zapewnić większą ilość należy wpisać proponowaną liczbę akcji.

L.p.	Element składowy ceny	Liczba akcji	Suma
1	Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej na rynek Polski	X	
2	Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej na rynki zagraniczne	X	
	RAZEM (cena netto)	X	
3	Cena za przygotowanie kampanii Google AdWords, uwzględniającej budżet na przynajmniej 300 kliknięć	9	
4	Reklama w prasie branżowej	10	
5	Publikacja artykułu sponsorowanego	30	
6	Przygotowanie i wysyłka materiałów promocyjnych do firm	500	

- 6.1 Zeskanowane zaświadczenie wpisie do KRS lub do ewidencji działalności gospodarczej lub



- podanie bezpośredniego linku do wpisu na stronie ems.ms.gov.pl lub ceidg.gov.pl
- 6.2 Dokumenty potwierdzające wymaganą wiedzę i doświadczenie. (zeskanowane)
 - 6.3 Szczegółowy spis przewidywanych działań marketingowych.
 - 6.4 Ofertę należy przygotować w wersji elektronicznej i przesłać odpowiednio drogą e-mailową na adres mszpecht@dreamline.pl w tytule wiadomości proszę wpisać tylko i wyłącznie numer zapytania tj: DREAM/POIG/ZO/2/13. Otrzymanie oferty zostanie potwierdzone niezwłocznie w e-mailu zwrotnym. Nieprzekraczalny termin dostarczenia oferty **02.05.2013r.** godz. 13.00.
 - 6.5 Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać swoją ofertę.
 - 6.6 Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie: <http://technicalenglish.eu/zapytania-ofertowe>, oraz <http://www.web.gov.pl/baza-zapytania-ofertowe>
 - 6.7 Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

VII. KRYTERIA OCENY

Opis kryteriów, którymi zamawiający przewiduje kierować się przy wyborze oferty, wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert

- 7.1 Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
- 7.2 Oferty niekompletne zostaną odrzucone.
- 7.3 Zamawiający zastrzega sobie prawo weryfikacji doświadczenia oferenta.
- 7.4 Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierować się następującymi kryteriami i ich znaczeniem oraz w następujący sposób będzie oceniać oferty w poszczególnych kryteriach:

L.p.	Kryterium	Liczba punktów (waga)
I.	Cena z rubryki 1	40
II.	Cena z rubryki 2	30
III.	Cena z rubryki 3	10
IV.	Cena z rubryki 4	5
V.	Cena z rubryki 5	10
VI.	Cena z rubryki 6	5
	RAZEM	100

- 7.3.1 W powyższych kryteriach maksymalną liczbę punktów w odpowiednich rubrykach otrzyma oferta zawierająca najniższą cenę w danym kryterium. Liczba punktów dla każdej następującej oferty zostanie obliczona w następujący sposób:



cena najniższa

$$\text{Liczba punktów} = \frac{\text{cena oferty ocenianej}}{\text{cena najniższa}} \times \text{waga}$$

Do wyliczenia punktów zostanie przyjęta zawarta w formularzu ofertowym cena netto.

- 7.4 W każdym z kryteriów ocena będzie dokonana z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
- 7.5 Ceny z rubryki 1,2 mają opiewać na kompleksową kampanię promocyjną zawierającą między innymi minimalne elementy z rubryk 3-6. Rubryki 3-6 służą dodatkowo do ustalenia cennika oferenta, tak aby można było wybrać ofertę w pełni uzasadnioną ekonomicznie, dającą największy efekt w stosunku do poniesionych nakładów.
- 7.6 Jeżeli proponowana „Liczba akcji” jest różna od podanej w tabeli 6.1.2. Na potrzeby oceny ofert cena w każdym kryterium zostanie przeliczona w następujący sposób:

$$\text{Cena oferty ocenianej} = \frac{\text{Cena}}{\text{Liczba akcji}} \times \text{Minimalna liczba akcji}$$

- 7.7 Punkty przyznane danej ofercie w poszczególnych kryteriach zostaną do siebie dodane.
- 7.8 Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyskała największą liczbę punktów.

VIII. INFORMACJE DOTYCZĄCE WYBORU NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi oferentów za pośrednictwem strony internetowej znajdującej się pod adresem <http://technicalenglish.eu/zapytania-ofertowe> w terminie do 6.05.2013r.

IX. ZAŁĄCZNIKI

Wzór formularza ofertowego.

Z wyrazami szacunku
Marcin Szpecht



FORMULARZ OFERTY

.....(Miejscowość dn.).....

Dane Firmy:

.....(Nazwa).....

.....(Adres).....

.....(NIP).....

.....(REGON).....

DREAMLINE Marcin Szpecht
Świlcza 401,
36-072 Świlcza, woj.podkarpackie

OFERTA NA

**Przeprowadzenie kompleksowej kampanii promocyjnej portalu
TechnicalEnglish.eu**

.....(Osoba do kontaktu).....

.....(Osoba do kontaktu, e-mail).....

.....(Osoba do kontaktu, tel.).....

Proponowana cena za kompleksową kampanię promocyjną w Polsce i rynkach zagranicznych:

Razem: PLN (netto) + % VAT



Szczegóły oferty:

L.p.	Element składowy ceny	Liczba akcji	Cena (netto)
1	Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej na rynek Polski	X	
2	Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej na rynki zagraniczne	X	
	RAZEM (cena netto)	X	
3	Cena za przygotowanie kampanii Google AdWords, uwzględniającej budżet na przynajmniej 300 kliknięć		
4	Reklama w prasie branżowej		
5	Publikacja artykułu sponsorowanego		
6	Przygotowanie i wysyłka materiałów promocyjnych do firm		

.....(Pieczęć).....

.....(Podpis osoby upoważnionej do reprezentacji).....

Załączniki:

1.
2.
3.
4.