



OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Kod CPV: 79.34.22.00-5 Usługi w zakresie promocji

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i wdrożenie **Strategii promocji marki Centrum Nauki i Techniki w Łodzi**.

Głównym celem komunikacji jednostki jest:

- budowanie atrakcyjnej, rozpoznawalnej na rynku (przede wszystkim polskim) marki EC1;
- zwiększenie wiedzy na temat oferty kulturalnej i edukacyjnej instytucji wśród grupy docelowej;
- zwiększenie świadomości opinii publicznej na temat udziału środków Unii Europejskiej dystrybuowanych w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko na lata 2014-2020.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i wdrożenie strategii komunikacji Centrum Nauki i Techniki EC1. Strategia ta musi być spójna ze strategią komunikacji pozostałych jednostek „EC1 Łódź–Miasto Kultury” w Łodzi to jest Narodowego Centrum Kultury Filmowej (NCKF) oraz Centrum Komiksu i Narracji Interaktywnej (CKiNI).

Komunikacja marketingowa powinna uwzględniać włączenie społeczności lokalnej w procesy budowania marki, w tym szczególnie w zakresie stymulowania marketingu szeptanego (WoMM).

Podstawą do sformułowania strategii komunikacji marketingowej muszą być:

- aktualna pozycja i charakterystyka marki EC1 oraz Centrum Nauki i Techniki w EC1 w Łodzi (CNIŁ);
- planowany wizerunek marki EC1 i CNIŁ, z uwzględnieniem claimu „EC1–Energia wiedzy”;
- zgodność z podstawami percepcji i założeniami komunikacji marki Łódź oraz łódzkie, szczególnie w odniesieniu do rynku kultury i przemysłów kreatywnych;
- nowe trendy i potrzeby konsumentów, w tym szczególnie grupy docelowej.

Planuje się, że Wykonawca zastosuje podstawowe etapy pracy takie jak:

- analiza materiałów przekazanych przez Zamawiającego oraz pozyskanych przez Wykonawcę;
- sformułowanie założeń strategii komunikacji marketingowej dla marki CNIŁ w EC1;
- przeprowadzenie konkursu na bohaterów marki, ich wybór i dopracowanie przez Wykonawcę;
- opracowanie strategii komunikacji marketingowej;
- wdrożenie planu komunikacji, z uwzględnieniem kampanii teaserowej.





W ramach opracowania bohaterów marki Zamawiający oczekuje:

- przeprowadzenia konkursu wśród studentów uczelni wyższych na koncepcję bohaterów marki, uwzględniającego przedstawienie źródeł koncepcji;
- uzgodnienia ostatecznego wyboru oraz koncepcji bohaterów marki z Zamawiającym przed wyborem i ostatecznym dopracowaniem person;
- wybór i wykorzystanie najlepszej koncepcji w tworzeniu właściwych bohaterów marki;
- przedstawienia możliwości wykorzystania postaci w komunikacji marketingowej CNIiT oraz EC1 i marek współpracujących/podległych (Narodowe Centrum Kultury Filmowej, Centrum Komiksu i Narracji Interaktywnej, Łódź Film Commission) w celu utrzymania spójności komunikacji marki;
- unikania podawania nazw własnych podczas realizacji konkursu, w związku z planowaną kampanią teaserową.

W ramach **Strategii promocji marki** wraz z planem wdrożenia, Zamawiający oczekuje:

- przeprowadzenia analizy materiałów udostępnionych przez Zamawiającego oraz materiałów własnych, w tym obowiązującej identyfikacji wizualnej marki EC1 i CNIiT oraz aktualnej percepcji marki EC1 oraz marek CNIiT, NCKF, CKiNI i ŁFC w kontekście marki CNIiT;
- opracowania założeń strategicznych do zaakceptowania przez Zamawiającego;
- opracowanie właściwej strategii komunikacji marketingowej, obejmującej szczególnie cele strategiczne marki, wraz z 12-miesięcznym planem jej wdrożenia;
- opracowania projektów graficznych oraz założeń dla elementów wykorzystywanych w komunikacji marki, w tym gadżetów, plakatów, prezentacji i in.

W ramach realizacji kampanii marketingowej, w tym kampanii teaserowej, Zamawiający oczekuje:

- wykorzystania kanału online jako dominującego w komunikacji marketingowej, w tym użycia narzędzi komunikacji marketingowej dostępnych Wykonawcy (strona www, aplikacja mobilna, kanały w mediach społecznościowych);
- wykorzystania wlepek oraz innych elementów możliwych do wykorzystania w przestrzeni miejskiej, otaczającej EC1;
- wykorzystania bohaterów marki jako podstawy komunikacji marketingowej na etapie planowania otwarcia CNIiT;
- opracowania komunikatów możliwych do wykorzystania przez Zamawiającego w horyzoncie czasowym 12 miesięcy po opracowaniu Strategii marketingowej dla marki CNIiT w EC1 (Zadaniem Wykonawcy jest całkowite wdrożenie kampanii teaserowej. Za wdrożenie pozostałej części kampanii odpowiada Zamawiający);
- przeprowadzenia analizy skuteczności kampanii marketingowej, w tym szczególnie kampanii teaserowej pod względem zasięgu oraz skuteczności;
- zakończenia realizacji kampanii teaserowej przed otwarciem CNIiT (listopad 2017);



„EC1 ŁÓDŹ - MIASTO KULTURY” W ŁÓDZI
Instytucja współprowadzona przez Miasto Łódź
oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

ul. Targowa 1/3 t:42 233 50 55
90 - 022 Łódź f:42 233 50 58

REG-ON:100522238 www.ec1lodz.pl
NIP: 725 197 27 44 biuro@ec1lodz.pl



Fundusze Europejskie
Infrastruktura i Środowisko

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Unia Europejska
Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego





Zamawiający oczekuje również przekazania praw autorskich majątkowych i rzeczowych do całości dokumentacji, koncepcji oraz materiałów, opracowanych w ramach współpracy z Zamawiającym, a będących przedmiotem postępowania.

Na każdym etapie działań Wykonawca zobowiązany jest do uzyskania akceptacji Zamawiającego. W realizacji kampanii promocyjnej należy uwzględnić zasady stosowania oznaczeń dotyczących projektów współfinansowanych przez Unię Europejską, w tym szczególnie Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

Produktami przedmiotu zamówienia będą:

- strategia promocji marki wraz z planem jej wdrożenia;
- identyfikacja wizualna kampanii promującej markę;
- opracowanie i wdrożenie kampanii promującej markę;
- koncepcja gadżetów promujących markę.

Wykonawca w ramach zamówienia ma wykonać prace koncepcyjne i redakcyjne prowadzące do opracowania strategii promocji marki i jej wdrożenia. Harmonogram wyżej wymienionych działań zostanie złożony przez Wykonawcę razem z ofertą.

Opracowanie dokumentu **Strategia promocji marki Centrum Nauki i Techniki w Łodzi** wraz z planem wdrożenia powinno obejmować:

- analizę strategiczną dla marki CNiT, EC1 i marek współpracujących/podległych, przeprowadzoną na podstawie materiałów przekazanych przez Zamawiającego oraz pozyskanych przez Wykonawcę;
- analizę rynku łódzkiego pod kątem występowania marek współpracujących i konkurencyjnych, opracowaną na podstawie materiałów przekazanych przez Zamawiającego oraz pozyskanych przez Wykonawcę;
- określenie person(y) klientów dla marki CNiT EC1 wraz ze szczegółowym profilem (opracowanym na podstawie przekazanych przez Zamawiającego materiałów);
- cele strategiczne (w okresie 5 lat) i operacyjne (w okresie 12 miesięcy) wraz ze sposobami i środkami ich realizacji dla marki CNiT, EC1 i marek współpracujących/podległych;
- opis proponowanych komunikatów wraz ze szczegółowym planem ich stosowania, przede wszystkim w przestrzeni wirtualnej (w okresie 12 miesięcy) oraz podstawowych założeń komunikacyjnych dla kolejnego okresu dla marki CNiT (jako jednej z marek podległych wobec marki EC1);
- opracowanie zestawu narzędzi umożliwiających realizację skutecznej komunikacji marketingowej;
- harmonogram realizacji działań w celu realizacji założonych celów operacyjnych – w podziale na miesiące oraz celów strategicznych – w podziale na kwartały.

Opracowanie **Strategia komunikacji Centrum Nauki i Techniki EC1** wraz z załącznikami ma być dostarczone Zamawiającemu w 2 zestawach, składających się z:



„EC1 ŁÓDŹ - MIASTO KULTURY” W ŁODZI
Instytucja współprowadzona przez Miasto Łódź
oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

ul. Targowa 1/3 t:42 233 50 55
90 - 022 Łódź f:42 233 50 58

REG-ON:100522238 www.ec1lodz.pl
NIP: 725 197 27 44 biuro@ec1lodz.pl



Fundusze
Europejskie
Infrastruktura i Środowisko

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego





- wersji drukowanej,
- wersji elektronicznej na płytach CD lub DVD (formaty: zgodny z Microsoft Word dla systemu operacyjnego Windows oraz format pdf),
- prezentacji Microsoft Power Point dla systemu operacyjnego Windows – na płytach CD lub DVD; przy czym dla wersji elektronicznej oraz prezentacyjnej wszystkie obiekty źródłowe (w tym obiekty graficzne), które zostały wykonane w innych programach powinny być załączone w postaci plików programów źródłowych. Wykonawca powinien posiadać do ww. obiektów źródłowych autorskie prawa majątkowe w niezbędnym zakresie.

Zamawiający zobowiązuje się ścisłej współpracy z Wykonawcą w ramach dokonywania akceptacji, konsultacji lub wskazywania obszarów wymagających poprawy w przedstawionych dokumentach i koncepcjach. Zamawiający będzie dokonywał opisanych czynności bez zbędnej zwłoki, w czasie nie dłuższym niż 5 dni robocze.

Ostateczny termin wykonania zamówienia – 23 czerwca 2017 roku.

Warunki uczestnictwa:

Podwykonawcy:

Wykonawca, który zamierza powierzyć podwykonawcom wykonanie jakiegokolwiek części zamówienia, zobowiązany jest wskazać na druku formularza (Załącznik nr 3) zakres zamówienia powierzany podwykonawcom. Brak jakiegokolwiek wzmianki w tym zakresie na formularzu, będzie uznawane za stwierdzenie samodzielnego wykonania zamówienia.

Warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełniania tych warunków:

O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają warunki, dotyczące:

- posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania,
- posiadania wiedzy i doświadczenia,
- dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia,
- sytuacji ekonomicznej i finansowej.



„EC1 ŁÓDŹ - MIASTO KULTURY” W ŁÓDZI
Instytucja współprowadzona przez Miasto Łódź
oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

ul. Targowa 1/3 t:42 233 50 55
90 - 022 Łódź f:42 233 50 58

REG-ON:100522238 www.ec1lodz.pl
NIP: 725 197 27 44 biuro@ec1lodz.pl



Fundusze Europejskie
Infrastruktura i Środowisko

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Unia Europejska
Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego





Opis sposobu dokonywania oceny spełniania warunków:

Wiedza i doświadczenie:

Wykonawcy muszą wykazać, że w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonali:

- co najmniej 2 usługi odpowiadające swoim rodzajem usługom stanowiącej przedmiot zamówienia. Zamawiający uzna warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, iż w wymaganym okresie przeprowadził minimum 2 kampanie promocyjne z użyciem nowych narzędzi marketingu o wartości co najmniej 50 000 zł brutto każde;
- doświadczenie we współpracy z podmiotem posiadającym minimum 3 submarki (stworzenie i wdrożenie strategii promocji/strategii komunikacji marketingowej/strategii marketingowej/strategii marki).

Wykonawca, zobowiązany jest wskazać na druku formularza (Załącznik nr 5) wykaz usług potwierdzających spełnienie warunków udziału w postępowaniu. Wykonawca do oferty dołączy dowody potwierdzające, że usługi zostały wykonane należycie.

Kryteria wyboru ofert:

1. cena 50%
2. kryterium jakościowe 50% - przedstawienie podobnej kampanii realizowanej przez Wykonawcę.

Spis materiałów:

1. Spis treści Strategii Marki Centrum Nauki i Techniki
2. Analiza popytu na usługi kultury w ramach trzech ścieżek dydaktycznych CNIT
3. Analiza popytu na usługi kultury – raport z badań dotyczących Województwa Łódzkiego
4. Analiza popytu na ofertę NCKF
5. Fragment dokumentacji aplikacyjnej dla projektu „Aranżacja i wykonanie ekspozycji i wyposażenia Centrum Nauki i Techniki w Łodzi” współfinansowanego z Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko
6. Księga Znaku „EC1 Łódź-Miasto Kultury” w Łodzi



„EC1 ŁÓDŹ - MIASTO KULTURY” W ŁÓDZI
Instytucja współprowadzona przez Miasto Łódź
oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

ul. Targowa 1/3 t:42 233 50 55
90 - 022 Łódź f:42 233 50 58

REG-ON:100522238 www.ec1lodz.pl
NIP: 725 197 27 44 biuro@ec1lodz.pl



Fundusze
Europejskie
Infrastruktura i Środowisko

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

