

Prowadzenie działań promocyjnych na profilach Bydgoskiego Festiwalu Wodnego „Ster na Bydgoszcz” 2025 w mediach społecznościowych

I. NAZWA ORAZ ADRES ZAMAWIAJĄCEGO:

Miasto Bydgoszcz, ul. Jezuicka 1, 85–102 Bydgoszcz

Przeprowadzający postępowanie: Biuro Promocji Miasta i Współpracy z Zagranicą, 85–102 Bydgoszcz, ul. Jezuicka 1, tel. 52 58 58 446, fax 52 58 58 724

Godziny pracy:

- poniedziałek, środa, czwartek: od 8⁰⁰ do 16⁰⁰,
- wtorek: od 8⁰⁰ do 18⁰⁰,
- piątek: od 8⁰⁰ do 14⁰⁰.

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań promujących Bydgoski Festiwal Wodny „Ster na Bydgoszcz” 2025 w Internecie poprzez utworzenie wydarzenia i prowadzenie istniejącego fanpage’a na Facebooku <https://www.facebook.com/SterNaBydgoszcz>, profilu festiwalu na Instagramie <https://www.instagram.com/sternabydgoszcz/> oraz obsługę konta Festiwalu w aplikacji Tik-Tok. Wszystkie działania mają być przeprowadzone w terminie: od 1 kwietnia do 30 czerwca 2025 r.

Wykonawca, składający ofertę musi ująć w wycenie przedsięwzięcia:

- 1) utworzenie wydarzenia STER NA BYDGOSZCZ 2025 na fb;
- 2) opracowanie harmonogramu działań na fb, Instagramie i tik-toku na podstawie programu imprezy, ustaleń z Zamawiającym oraz szczegółów działań w mediach społecznościowych opisanych poniżej, z uwzględnieniem ilości i częstotliwości działań;
- 3) opracowanie layoutu wydarzenia, zdjęcia w tle i grafik poszczególnych postów;
- 4) opracowywanie grafik, nagrywanie relacji i rolek na profile;
- 5) opracowywanie treści postów na podstawie informacji merytorycznych pozyskanych od dostawców poszczególnych atrakcji;
- 6) stała obsługa profili, reagowanie na bieżąco na polubienia, komentarze itp.;
- 7) nagrywanie filmików na tik-toka;
- 8) realizacja spotu-relacji z Festiwalu w formacie do wykorzystania w mediach społecznościowych;

Wg specyfikacji:

Format filmów: 4K w jakości full HD:

- 1) film podsumowujący Festiwal w 4K w jakości full HD – czas trwania filmu ok. 1,5 minuty w pliku ProRes HD 422 10 bit.
- 2) krótki film ok. 30 sekundowy promujący Festiwal (skrótowa wersja filmu) w 4K w jakości full HD i proporcji 9:16 w orientacji pionowej 1080 x 1920, w formacie MP4, kompresji H264 z przeznaczeniem do emisji w social mediach (Facebook i Instagram), umieszczenia na stronach internetowych Miasta oraz jako spoty reklamowe
- 9) Założenia ilościowe do harmonogramu działań:
Facebook – postowanie na fanpag’u oraz w wydarzeniu:
 - 1 – 15 kwietnia – 1x w tygodniu,
 - 16 kwietnia - 31 maja – 2x w tygodniu,
 - 1 – 08 czerwca – 3x w tygodniu,
 - w tygodniu przed festiwalem, tj. 09–13 czerwca – codzienne, 1x dziennie,

- w trakcie Festiwalu 14–15 czerwca: co najmniej 5 postów na fanpag'u oraz w wydarzeniu obejmujące opis atrakcji w formie: zdjęć, materiałów video, relacje na żywo,

- 16–30 czerwca – 2x w tygodniu,

Instagram

- 1 - 15 kwietnia – 1x w tygodniu,

- 16 kwietnia – 31 maja – 2x w tygodniu,

- 1 - 08 czerwca – 3x w tygodniu,

- w tygodniu przed festiwalem, tj. 09–13 czerwca – codzienne, 1x dziennie,

- w trakcie Festiwalu 14–15 czerwca: co najmniej 5x dziennie,

- 16 – 30 czerwca – 1x w tygodniu,

Tik-tok

- 1 - 15 kwietnia – 1x w tygodniu,

- 16 kwietnia – 31 maja – 2x w tygodniu,

- 1 - 08 czerwca – 3x w tygodniu,

- w tygodniu przed festiwalem, tj. 09–13 czerwca – codzienne, 1x dziennie,

- w trakcie Festiwalu 14–15 czerwca: co najmniej 5x dziennie,

- 16 – 30 czerwca – 1x w tygodniu,

10) Założenia jakościowe do działań: promocja każdego z wydarzeń zaplanowanych w ramach Festiwalu za pośrednictwem profili festiwalu, grafiki adekwatne do tematyki wydarzenia, grafiki z wykorzystaniem materiałów promocyjnych wydarzenia, utrzymanie atmosfery stricte wodnej, która ma na celu zachęcić odbiorców do odwiedzania Festiwalu oraz angażowania się w wydarzenie, zdjęcia z przygotowań do Festiwalu, quizy dotyczące historii Festiwalu; po zakończeniu Festiwalu: podziękowanie wszystkim, zaproszenie na następną edycję wydarzenia; zamieszczenie relacji z festiwalu.

11) Kampania sponsorowana na kanale Facebook w terminie 01–15 czerwca 2025 r. o wartości 3 000 zł brutto, o zasięgu regionalnym – Województwo Kujawsko–Pomorskie (wartość kampanii należy uwzględnić w wycenie)

12) Opracowanie raportu z wykonanych działań po ich zakończeniu.

Zamawiający udzieli Wykonawcy dostęp do panelu administracyjnego oficjalnej strony tj. fanpage'a Bydgoskiego Festiwalu Wodnego „Ster na Bydgoszcz” na Facebooku oraz na Instagramie znajdujących się pod adresami:

<https://www.facebook.com/SterNaBydgoszcz>

<https://www.instagram.com/sternabydgoszcz/>

oraz konta festiwalu w aplikacji TIK–TOK w charakterze Redaktora-Reklamodawcy. Przepisana rola tj. Redaktor obejmuje i umożliwia tylko i wyłącznie:

a) publikację postów jako strona,

b) odpowiadania na komentarze na stronie,

c) tworzenie reklam na stronie,

d) wyświetlanie statystyk postów [źródło Facebook.com].

Zamawiający umożliwia Wykonawcy publikowanie postów w ramach prowadzonego profilu i wydarzenia – Bydgoskiego Festiwalu Wodnego „Ster na Bydgoszcz”.

Dostęp zostaje udzielony na czas od 1 kwietnia do 30 czerwca 2025 r. Po tym czasie Zamawiający usunie przyznaną Wykonawcy rolę.

UWAGA

- 1) informacje o Festiwalu będą publikowane tylko po akceptacji Zamawiającego;
- 2) Zamawiający przekaze Wykonawcy kontakty do dostawców poszczególnych atrakcji (w tym również, artystów, wykonawców, zespołów) w ramach programu Festiwalu w celu pozyskania przez Wykonawcę informacji i treści promocyjnych potrzebnych do przeprowadzenia działań w ramach umowy;
- 3) każde działanie Wykonawcy związane z realizacją zamówienia objęte autorskim prawem majątkowym, przechodzi w zakresie autorskich praw majątkowych przechodzi na Zamawiającego;
- 4) Wykonawca we wszystkich materiałach promocyjnych, spotach będzie informował o Mieście Bydgoszcz jako Organizatorze Steru na Bydgoszcz;
- 5) Wykonawca nie będzie prowadził w mediach społecznościowych *Ster na Bydgoszcz* promocji swojej firmy i osoby oraz promocji tematów niezwiązanych z wydarzeniem Ster na Bydgoszcz;
- 6) Wykonawca do oferty winien załączyć portfolio i legitymować się następującym doświadczeniem:
 - a) prowadzeniem profilu firmowego o zasięgu co najmniej 4 000 followersów
 - b) udokumentowane prowadzenie kampanii sponsorskiej na kanale Facebook, Instagram.