

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ)

Zaplanowanie i wykup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych i w stacjach radiowych kampanii promującej działania Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A., w kontekście rozwoju sieci Zagranicznych Biur Handlowych

Przedmiot zamówienia obejmuje 2 zadania:

Zadanie I: Zaplanowanie i wykup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych kampanii promującej działania Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A.

Zadanie II: Zaplanowanie i wykup czasu antenowego w ogólnopolskich i regionalnych stacjach radiowych kampanii promującej działania Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A.

Wykonawca zobowiązany jest zbudować jak największy zasięg ogólnopolski w grupie docelowej dla Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A.

Grupa docelowa to polscy przedsiębiorcy. Przy zestawieniu z populacją na podstawie danych TGI, grupa demograficzna to osoby w wieku 30-54 lat o największej aktywności zawodowej, z dochodem powyżej 3000 zł na osobę w gospodarstwie domowym (All_30-54_3000+).

1) Flight planowanej emisji spotów w stacjach telewizyjnych w terminie: 2 tygodnie od podpisania umowy – 24 października 2018:

-liczba spotów: 1000

-długość spotu: 30" (sekund)

-emisja w głównych stacjach TV, w stacjach biznesowych i informacyjnych (Polsat, TVN, TVN24, TVN24 Bis, Polsat Biznes i Polsat News) z uwzględnieniem stacji regionalnych nadających na terenie Polski

-proporcje podziału stacji TV:

a) stacje główne: 35% (Polsat, TVN)

b) stacje biznesowo – informacyjne: 45% (TVN24, TVN24 Bis, Polsat Biznes i Polsat News)

c) stacje regionalne: 20% (proporcjonalny podział spotów między wszystkimi stacjami regionalnymi, nadającymi na terenie Polski)

2) Flight planowanej emisji spotów w stacjach radiowych w terminie: 2 tygodnie od podpisania umowy – 24 października 2018:

-liczba spotów: 320

-długość spotu 30" (sekund)





- emisja w ogólnopolskich stacjach radiowych i regionalnych: RMF FM, Radio Zet oraz pakiet Trójka Premium (Trójka oraz Czwórka) oraz stacje regionalne nadające na terenie Polski
- kontekstowe podkreślenie dotarcia do przedsiębiorców przy audycjach merytorycznych poświęconych gospodarce, rozwojowi, inwestowaniu i handlowi na rynkach międzynarodowych.
- proporcje podziału stacji radiowych:
 - a) stacje ogólnopolskie 50%: RMF FM, Radio Zet oraz pakiet Trójka Premium (Trójka oraz Czwórka)
 - b) stacje regionalne: 50% (proporcjonalny podział spotów między stacjami regionalnymi nadającymi na terenie Polski)

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych.

