

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWNIENIA

Usługa Influencer Marketingu dla Term Maltańskich spółka z o.o.

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kompleksowej kampanii marketingowej opartej na influencer marketingu, której zadaniem jest promocja wskazanych obszarów działalności Term Maltańskich. Termy Maltańskie intensywnie wykorzystują media społecznościowe do promocji swojej oferty. W drugiej połowie 2024 planujemy zintensyfikowanie działań w kanale TikTok, których celem będzie dotarcie do grupy docelowej nastolatków. Będziemy kontynuować również promocję Term Maltańskich jako miejsca przyjaznego rodzinie.

A. 1 obszar działań: LATO 2024

Opis sytuacji:

Termy Maltańskie co roku, w sezonie letnim, organizują dodatkowe, przyciągające klientów atrakcje w Aquaparku. Oprócz standardowych atrakcji takich jak plaża zewnętrzna, leżaki, zjeżdżalnie oferujemy klientom, w cenie biletu, dodatkowe zajęcia w wodzie – „aquadance”, gry, zabawy, konkursy z nagrodami dla dzieci i całych rodzin. Do promocji sezonu letniego w Termach Maltańskich wykorzystujemy różnorodne kanały on-line. W tym roku planujemy wzmocnienie kanału influencer marketingu.

Kogo szukamy?

- Chcemy nawiązać krótkofalową (tylko na sezon letni) współpracę z dużym kontem influencerskim (lub parą influencerów) o statusie gwiazdy, które działa na platformach TikTok oraz Instagram. Jednorazowa współpraca ma zapewnić duży zasięg wyprodukowanego materiału. Jednocześnie materiał będzie wykorzystany w ramach płatnej promocji.
- Największą grupą pośród obserwatorów (grupą docelową) konta musi być generacja Z (czyli osoby urodzone po 1995 roku, z wysokimi kompetencjami w obszarze korzystania z mediów społecznościowych). Zależy nam na dotarciu do grupy docelowej 12-20 lat, zapoznania ich z obiektem i przedstawieniu im możliwości zabawy i spędzania wolnego czasu w Aquaparku Term Maltańskich.

Jakie warunki musi spełniać?

1) PUNKTOWANIE: LICZBA OBSERWATORÓW

Minimalna liczba obserwatorów konta na TikToku to 800.000 (0 punktów). Za każde kolejne 10.000 obserwatorów oferent otrzymuje 0,25 pkt. Maksymalna liczba punktów wynosi 5.

Minimalna liczba obserwatorów na Instagramie to 300.000 obserwatorów (0 punktów). Za każde kolejne 6.250 obserwatorów oferent otrzyma 0,25 pkt. Maksymalna liczba punktów wynosi 4.

2) PUNKTOWANIE: LICZBA MATERIAŁÓW

Influencer (lub para influencerów) zrealizuje minimum jeden materiał w postaci filmu opublikowanego na TikToku (0 punktów). Ten sam film, po odpowiednich modyfikacjach związanych ze specyfiką platformy, będzie opublikowany również na Instagramie (0 punktów). W podstawowym pakiecie musi znaleźć się również jedno Instagram stories (0 punktów). Zaznaczamy jednak, że liczba materiałów może być większa, by umożliwić realizację zakładanych zasięgów. Za każdy dodatkowy materiał oferent otrzyma 1 punkt. Maksymalna liczba punktów to 12.

3) PUNKTOWANIE: ZASIĘG

Materiał lub materiały opublikowane w kanałach muszą dotrzeć do określonej liczby odbiorców. Prosimy o podanie szacunkowych zasięgów. Szacunki powinny zostać podane łącznie i dotyczyć materiałów opublikowanych na wszystkich wskazanych kanałach. Szacunkowy zasięg powinien być osiągnięty do 7 dni po publikacji materiału w przypadku Instagram Reels oraz TikTok.

Minimalny szacowany zasięg musi wynosić: 200.000 (0 punktów) w przypadku filmów na TikToku. Za każde kolejne 10 000 zasięgu oferent otrzyma 0,25 pkt. Maksymalna liczba punktów wynosi 5.

Minimalny punktowany szacowany zasięg musi wynosić 120 000 (0 punktów) w przypadku materiałów publikowanych na Instagramie (reels, story i posty łącznie). Za każde kolejne 6.250 zasięgu oferent otrzyma 0,25 pkt. Maksymalna liczba punktów do zdobycia wynosi 4.

Maksymalna liczba punktów do zdobycia w kategorii LATO 2024 wynosi 50 pkt.

B. 2 obszar działań: PARENTING 2024

Aquapark to miejsce w którym aktywnie wolny czas spędzają rodziny z dziećmi. W ofercie mamy wiele atrakcji i udogodnień dla dzieci oraz całych rodzin– brodzik, place zabaw, specjalne piankowe zabawki etc. Influencer marketing jest kanałem, który dobrze sprawdza się w promocji rodzinnego spędzania czasu w Aquaparku niezależnie od dnia i pory roku.

Kogo szukamy?

- Szukamy minimum 4 kont zajmujących się tematyką parentingową do współpracy długoterminowej. Jedno z kont musi być prowadzone z perspektywy ojca. Od czerwca do końca roku każde z kont influencerskich musi odbyć 4 wizyty w Aquaparku i opublikować z nich materiały. Dokładne terminy wizyt będą ustalane w czasie współpracy.
- Grupą docelową są przede wszystkim osoby zainteresowane tematyką parentingową i związanym z nią lifestylem.

1) PUNKTOWANIE: LICZBA OBSERWATORÓW

Minimalna liczba obserwatorów wszystkich zaproponowanych kont na Instagramie to 180 000 obserwatorów (0 punktów). Za każde kolejne 6.250 obserwatorów oferent otrzyma 0,25 pkt. Maksymalna liczba punktów wynosi 8.

2) PUNKTOWANIE (LICZBA MATERIAŁÓW)

Minimalna liczba opublikowanych materiałów (dla wszystkich kont w ciągu całego okresu współpracy) wynosi 8 materiałów typu reels (po dwa na każde konto, 0 punktów) i 16 materiałów typu stories (0 punkt). Każdy kolejny materiał zarówno jako post, reels lub stories otrzyma 1 punkt. Maksymalna liczba punktów to 32.

3) PUNKTOWANIE (ZASIĘG)

Materiał lub materiały opublikowane w kanałach muszą dotrzeć do określonej liczby odbiorców. Prosimy o podanie szacunkowych zasięgów. Szacunki powinny zostać podane łącznie i dotyczyć wszystkich materiałów opublikowanych na wskazanych kanałach (zarówno Instagram stories jak i reels). Szacunkowy zasięg materiałów typu reels i post powinien być osiągnięty do 7 dni po publikacji materiału.

Minimalny punktowany szacowany zasięg musi wynosić 300 000 (0 punkt) w przypadku materiałów publikowanych na Instagramie (reels, story i posty łącznie). Za każde kolejne 6.000 zasięgu oferent otrzyma 0,25 pkt. Maksymalna liczba punktów do zdobycia wynosi 10.

Maksymalna liczba punktów do zdobycia w kategorii PARENTING 2024 wynosi 50 pkt.

Zadaniem Wykonawcy będzie:

- 1) Znalezenie oraz przedstawienie influencerów na podstawie informacji zawartej Opisie Przedmiotu Zamówienia Zleceniodawcy.
- 2) Obsługa influencerów w zakresie: umów, rozliczeń finansowych, kontaktu, rozliczenia po wykonanym zleceniu.
- 3) Zleceniobiorca będzie kontaktował się z influencerem, uzyskiwał od niego materiały, wstępnie je oceniał (np. pod względem dostosowania do briefu, poprawności językowej, czasu wykonania etc.), przekazywał Zleceniodawcy i odsyłała do influencera z ewentualnymi poprawkami lub akceptacją do publikacji.
- 4) Zapewnienie zgód na wykorzystanie wizerunków.
- 5) Po zakończonej współpracy z influencerem Wykonawca przedstawi Zleceniodawcy podsumowanie współpracy w postaci raportu z informacją o częstotliwości wzmiankowania, zasięgach i innych elementach ustalonych w trakcie współpracy

Sposób przygotowania oferty:

- a) Uzupelnienie tabelki z szacunkowymi zasięgami, liczbą obserwatorów i liczbą materiałów- formularz ofertowy (załącznik 2)
- b) Stworzenie prezentacji przesłanej w formacie pdf z przedstawieniem proponowanych do współpracy influencerów, uzasadnieniem ich wyboru oraz przedstawianiem 4 współprac marketingowych, które podejmowali w ostatnich dwóch latach. Prosimy również o zawarcie w prezentacji informacji o proponowanym sposobie weryfikacji skuteczności działań influencerów.

Całościowy budżet Zleceniodawcy na kampanię influencer marketingu do końca roku wynosi 65.000 zł netto.

Wymagania:

- 1) Współpraca z minimum 3 zleceniodawcami w zakresie Influencer Marketingu przez ponad 2 lata
- 2) Współpraca z 10 influencerami w okresie ostatnich 3 lat
- 3) Agencja musi działać na rynku minimum 3 lata