

Załącznik nr 3 do Zapytania Ofertowego nr 82/PN/2021 na wybór Wykonawcy usług w zakresie opracowania i realizacji strategii marketingowo-sprzedażowych mających na celu skuteczną promocję wspierającą sprzedaż produktów deweloperskich inwestycji zlokalizowanych przy ul. Kolejowej 19 w Warszawie, ul. Nakielskiej 53 w Bydgoszczy (I etap), ul. Zatorskiej we Wrocławiu (I etap), ul. Geodezyjnej 76 w Warszawie (II etap) i ul. Janusza Kusocińskiego 119 i 121 w Łodzi (II etap) oraz promocję marki PHN na deweloperskim rynku mieszkaniowym w Polsce.

**Specyfikacja zamówienia
ZADANIE NR 1**

SPECYFIKACJA ZAMÓWIENIA

Podstawowe parametry inwestycji. Zadanie nr 1 – Inwestycja deweloperska przy ul. Kolejowej 19 w Warszawie:

Spółka realizująca: Warszawski Holding Nieruchomości S.A

Orientacyjne parametry inwestycji:

- a. budynki: 4 szt.(A, B, C, D),
- b. powierzchnia terenu inwestycji: 5472 m²,
- c. powierzchnia użytkowa mieszkalna (PUM):7236,5 m², (1479; 1912,2; 1914; 1931,3)
- d. powierzchnia użytkowa usługowa (PUU): 116,8 m², (tylko bud A)
- e. liczba mieszkań: 148 szt. (34, 38, 38, 38)
- f. wysokość mieszkań 278 cm (wys. kond. brutto 315CM)
- g. liczba lokali usługowych: 2 szt,
- h. liczba miejsc postojowych dla aut w garażach: 141 szt.,
- i. liczba miejsc postojowych dla aut na terenie inwestycji (na zewnątrz): 11 szt.,
- j. liczba kondygnacji podziemnych: 1
- k. liczba kondygnacji nadziemnych: 7 (budynek A) i 9 (budynek B, C i D)
- l. inne istotne wyróżniki, elementy: optycznie niezbyt intensywna zabudowa, dużo wolnej przestrzeni wewnątrz działki potęgowana wolnymi parterami; duża część mieszkań ma sporej wielkości taras, czasem narożny częściowo dwukondygnacyjny, w przypadku braku tarasu jest loggia lub balkon; w pełni funkcjonalne, ale niewielkie metrażowo mieszkania, ciekawa nietuzinkowa bryła punktowców (budynki odbiera się jako 4-5 kondygnacyjne czyli bardziej kameralne więc reprezentujące wyższy standard.

W skład kanałów komunikacji marketingowej przygotowanych dla przedmiotowej inwestycji podlegających szczegółowej wycenie oferentów, wchodzić będą co najmniej:

1. Opracowanie dokumentu strategii marketingowej inwestycji zawierającego m.in. plan marketingowy i grupy docelowe
2. Opracowanie budżetu marketingowego
3. Opracowanie nazwy i logotypu inwestycji
4. Opracowanie comiesięcznych media planów
5. Bieżąca koordynacja działań marketingowych
6. Usługi graficzne
7. Pakiet identyfikacji (opracowanie graficzne oraz produkcja):
 - a. Wizytówki
 - b. Papier firmowy
 - c. Koperty
 - d. Teczka reklamowa
 - e. Papeteria e-mail
 - f. Booklety
8. Materiały reklamowe (opracowanie graficzne oraz produkcja):
 - a. Ulotki reklamowe
 - b. Foldery reklamowe
 - c. Mapki lokalizacyjne
 - d. Graficzna i multimedialna prezentacja
 - e. Wizualizacje marketingowe inwestycji
 - f. Karty katalogowe mieszkań, pięter
9. Sesje fotograficzne (postępy z budowy, inne) przy użyciu drona w tym filmiki z drona

Załącznik nr 3 do Zapytania Ofertowego nr 82/PN/2021 na wybór Wykonawcy usług w zakresie opracowania i realizacji strategii marketingowo-sprzedażowych mających na celu skuteczną promocję wspierającą sprzedaż produktów deweloperskich inwestycji zlokalizowanych przy ul. Kolejowej 19 w Warszawie, ul. Nakielskiej 53 w Bydgoszczy (I etap), ul. Zatorskiej we Wrocławiu (I etap), ul. Geodezyjnej 76 w Warszawie (II etap) i ul. Janusza Kusocińskiego 119 i 121 w Łodzi (II etap) oraz promocję marki PHN na deweloperskim rynku mieszkaniowym w Polsce.

**Specyfikacja zamówienia
ZADANIE NR 1**

10. Makieta architektoniczna
11. Projekt i przygotowanie nowoczesnej strony www wraz z CMS i internetową obsługą sprzedaży oraz co najmniej:
 - a. Wyszukiwarką mieszkań tabelaryczną oraz graficzną
 - b. Mapą lokalizacji inwestycji budowlanej i biura sprzedaży dewelopera
 - c. Galerią z placu budowy zintegrowaną z ewentualną kamerą z placu budowy
 - d. Mapą 3D z drona z oznaczeniem lokalizacji
12. Kampania reklamowa - Media tradycyjne (w tym wybór tytułów, formatów, częstotliwości)
 - a. Reklama prasowa
 - b. Kampania radiowa
13. Kampania reklamowa - Internet: banery i mailingi, portale społecznościowe (w tym wybór portali, itp.)
14. Kampania reklamowa - Internet: Remarketing, retargeting oraz reklama w mediach społecznościowych
15. Kampania reklamowa - Internet: pozycjonowanie strony internetowej w wyszukiwarce Google
16. Prowadzenie profili społecznościowych inwestycji w Internecie (FB, Twitter, Instagram)
17. Kampania reklamowa - Outdoor (oznaczenie oraz identyfikacja zewnętrzna i wewnętrzna)
 - a. Plot reklamowy na placu budowy z oznakowaniem inwestora i inwestycji, w tym flagi na maszty
 - b. Branding Biura Sprzedaży
 - c. Reklama wielkoformatowa
 - d. Reklama mobilna
 - e. Reklama na ekranach ledowych
 - f. Reklama w środkach komunikacji miejskiej
18. Animacje i aplikacje 3D inwestycji umożliwiające wirtualne zwiedzanie inwestycji i mieszkań
19. Organizacja eventów: targi branżowe mieszkaniowe, deweloperskie, dni otwarte itp.
20. Gadżety reklamowe inwestycji
21. Dystrybucja ulotek
22. Koordynacja zakupu mediów
23. Produkcja pozostałych materiałów
24. Ocena i kontrola działań marketingowych, w tym comiesięczne lub okresowe raportowanie zrealizowanych działań marketingowych

Wykonawca będzie zobowiązany do:

1. Przedstawienia wstępnej koncepcji marketingowej w tym m.in. chwytliwego hasła reklamowego i ciekawych projektów graficznych dla przedmiotowej inwestycji, przedstawienia planu marketingowego z budżetem i harmonogramem jego realizacji.
2. Pełnej i szczegółowej realizacji planu wydatków marketingowych zgodnie z zatwierdzonym budżetem i harmonogramem dla przedmiotowej inwestycji.
3. Bieżącego i szczegółowego raportowania realizacji planu marketingowego oraz na każdym etapie realizacji planu - konsultacji realizowanych projektów i kreacji graficznych.