

## **SPECYFIKACJA ZAMÓWIENIA**

### **Podstawowe parametry inwestycji. Zadanie nr 3 – Inwestycja deweloperska przy ul. Zatorskiej we Wrocławiu (I etap):**

Spółka realizująca: PHN 6 Sp. z o.o.

Orientacyjne parametry inwestycji:

- a. budynki: 2 budynki mieszkalne z usługami w parterze
- b. klatki schodowe: 8 szt.
- c. powierzchnia terenu inwestycji: 13 796 m<sup>2</sup>,
- d. powierzchnia użytkowa mieszkalna (PUM): 8 175,03 m<sup>2</sup>,
- e. powierzchnia użytkowa usługowa (PUU): 989,96 m<sup>2</sup>,
- f. liczba mieszkań: 172 szt.,
- g. wysokość mieszkań: 260 cm
- h. liczba lokali usługowych: 7
- i. liczba miejsc postojowych dla aut w garażach: 153
- j. liczba miejsc postojowych dla aut na terenie inwestycji (na zewnątrz): 72
- k. liczba kondygnacji podziemnych: 1
- l. liczba kondygnacji nadziemnych: 4
- m. inne istotne wyróżniki, elementy: wewnętrzne „rekreacyjne” dziedzińce, usługi na parterze

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
- 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

*Załącznik nr 3B do Zapytania Ofertowego nr 44/PN/2021 na wybór Wykonawcy usług w zakresie opracowania i realizacji strategii marketingowo-sprzedażowych mających na celu skuteczną promocję wspierającą sprzedaż produktów deweloperskich z inwestycji zlokalizowanych przy ul. Kolejowej 19 w Warszawie, ul. Nakielskiej 53 w Bydgoszczy (I etap), ul. Zatorskiej we Wrocławiu (I etap) i ul. Geodezyjnej 76 w Warszawie (II etap) oraz promocję marki PHN na deweloperskim rynku mieszkaniowym w Polsce*

**Specyfikacja zamówienia  
ZADANIE NR 3**

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.