

SPECYFIKACJA ZAMÓWIENIA

Plan marketingowy przygotowany będzie z wyszczególnieniem dokładnych kanałów promocji, komunikacji i dotarcia do klientów wraz z planem wydatków (budżetem). Strategia oraz plan marketingowy opracowany przez wybranego Wykonawcę będzie zatwierdzony przez Zamawiającego przed rozpoczęciem jego realizacji.

Podstawowe parametry inwestycji biurowej VENA zlokalizowanej przy al. Prymasa Tysiąclecia 83 w Warszawie:

- a. Ilość budynków: 1
- b. Liczba kondygnacji naziemnych: 12
- c. Liczba kondygnacji podziemnych: 2
- d. Liczba miejsc parkingowych: 153
- e. Liczba miejsc parkingowych dla rowerów: 24
- f. Ilość miejsc dla ładowania samochodów elektrycznych: 5
- g. Powierzchnia budynku:
 - Powierzchnia całkowita: 24.353,72 m²
 - Powierzchnia całkowita nadziemna: 17.174,5 m²
 - Powierzchnia całkowita podziemna: 7.179,22 m²
 - Powierzchnia całkowita: 24.353,72 m²
 - Powierzchnia GLA: 15.169 m²
 - Kubatura: 87.895,19 m³
- h. Wysokość budynku: 44,95 m
- i. Powierzchnia biurowa w tym powierzchnia retailowa: 14.479 m²
- j. Powierzchnia typowej kondygnacji: 1.161,52 m²
- k. Wysokość powierzchni biurowej netto:
 - 4,13 m dla kondygnacji 1
 - 3,70 m dla kondygnacji 2
 - 3,35 m dla kondygnacji typowej od 3-12
- l. Wysokość kondygnacji parteru o funkcji usługowej 4,13 m dla kondygnacji 1 (netto)
- m. Certyfikat BREEAM na poziomie Excellent
- n. Tarasy na 3 i 9 piętrze dostępne z powierzchni biurowej
- o. Szatnie oraz natraski dla pracowników biur

W skład kanałów komunikacji marketingowej i PR podlegających szczegółowej wycenie oferentów, wchodzić będą:

1. Opracowanie strategii marketingowej i PR inwestycji w postaci prezentacji PP (maksymalnie 60 slajdów) zawierających:
 - a. Percepcję inwestycji
 - b. Grupy docelowe
 - c. USP inwestycji
 - d. Analizę konkurencji
 - e. SWOT inwestycji
 - f. Elementy kreowania marki
 - g. Propozycje działań marketingowych (w tym działania skierowane do agentów nieruchomości)
 - h. PR inwestycji
2. Opracowanie skróconej księgi znaku.
3. Dodatkowe foto realistyczne wizualizacje marketingowe wraz z sesją zdjęciową z drona oraz modelowaniem budynku – maksymalnie 5 sztuk

4. Przygotowanie i wydruk materiałów marketingowych na potrzeby leasingu
 - a. Przygotowanie projektu property particulars (Power Point) (projekt graficzny, copywriting, przygotowanie DTP, wersja polska i angielska)
 - b. Przygotowanie prezentacji leasingowej powierzchni biurowej i retailowej w PP ok. 30 slajdów (projekt graficzny, copywriting, wersja polska i angielska, rysowane mapy, sideplany, floorplany)
 - c. Przygotowanie wzorca oferty najmu powierzchni biurowej i retailowej (wersja polska i angielska)
 - d. Przygotowanie projektu leaflet
 - e. Druk 400 sztuk leaflet w formacie nie większym niż A4 (papier kredowy min. 300 gr., dodatkowe uszlachetnienia np. lakier UV, folia mat/głose, druk pantone)
 - f. Przygotowanie broszury w wersji elektronicznej (maksymalnie 10 stron)
 - g. Przygotowanie projektu mailingu, landing page – maksymalnie 20 sztuk
 - h. Przygotowanie setu 10 gadżetów dla inwestycji
 - i. Zakup ok. 1500 gadżetów (o wartości do 100,00 zł netto za sztukę)
5. Strona internetowa
 - a. Przygotowanie projektu graficznego nowoczesnej strony internetowej (design strony spójny z designem inwestycji)
 - b. Programowanie strony internetowej
 - c. Stałe aktualizowanie informacji na stronie internetowej
 - d. Strona musi zawierać funkcjonalności co najmniej takie jak przykładowa strona: <https://skysawa.pl/>
6. Branding placu budowy
 - a. Projekt ogrodzenia płotu (II odsłony)
 - b. Produkcja ogrodzenia (II odsłony) ok. 300 mkw.
 - c. Projekt 4 flag i produkcja 4 flag (dodatkowa wymiana 4 flag)
 - d. Projekt i produkcja 2 kasetonów na żurawiach (litery przestrzenne)
 - e. Projekt i produkcja baneru na budynku (siatka mesh) ok. 500 mkw.
7. Przygotowanie SIW dla inwestycji (oznaczenia pięter, kierunki, windy, - szczegóły do ustalenia w trakcie realizacji, realizacja SIW po stronie inwestora).
8. Przygotowanie spaceru wirtualnego dla inwestycji
9. PR inwestycji i reklama
 - a. Przygotowanie komunikatów prasowych – maksymalnie 15 komunikatów
 - b. Przygotowanie contentu i grafik na media społecznościowe – maksymalnie 100 postów
 - c. Publikacja reklam prasowych oraz internetowych – zakładany budżet 100 tys.
 - d. Przygotowanie projektu reklamy prasowej – 10 sztuk
 - e. Przygotowanie projektu baneru internetowego – 10 sztuk
 - f. Zgłoszenia do konkursów branżowych – maksymalnie 5 wniosków
10. Filmy, zdjęcia
 - a. Film Timelapse (24 miesiące) – nawiązanie współpracy z profesjonalnym podmiotem kręcącym filmy timelapse – w wycenie należy uwzględnić co najmniej 5 wizyt na budowie wraz z dokumentacją zdjęciową i filmową oraz koszty ewentualnego wynajęcia powierzchni pod 2 kamery
 - b. Sesja otoczenia wraz ze zdjęciami z drona (10 sesji)
 - c. Przygotowanie spotów reklamowych (maksymalnie 3 minuty) z użyciem animacji 10 sztuk
11. Eventy
 - a. Organizacja śniadania dla agentów – 5 spotkań dla 30 osób (wynajęcie powierzchni, zaproszenia, catering, gadżety)
 - b. Organizacja wbicia łopaty – dla ok. 60 osób (zaproszenia, przygotowanie sceny, przygotowanie miejsca wbicia łopaty, catering)

- c. Organizacja wmurowania kamienia węglowego - dla ok. 60 osób (zaproszenia, przygotowanie sceny, przygotowanie miejsca wmurowania kamienia, catering)
- d. Organizacja wiechy – dla ok. 100 osób (przygotowanie sceny, dodatkowa dekoracja, dodatkowe atrakcje np. lasery)
- e. Organizacja oddania budynku do użytkowania (zaproszenia, catering, gadżety, przygotowanie sceny)
- f. Produkcja 20 leżaków z logo inwestycji
- g. Produkcja ścianki reklamowej – maksymalnie 2 sztuki 10x3 m.

12. Zakres dodatkowy

Wykonawca zobowiązany jest zarezerwować na czas realizacji umowy budżet dodatkowy, w wysokości 500 tys. zł na ewentualną realizację usług marketingowych nie ujętych w punktach powyżej, które na etapie realizacji okażą się potrzebne do wsparcia właściwego przeprowadzenia procesu komercjalizacji inwestycji. Środki stanowiąc będą zabezpieczenie realizacji działań marketingowych i PR nie ujętych w podstawowym zakresie wyszczególnionych kanałów marketingowych. Są to wydatki, których realizacji na obecnym etapie postępowania nie można przewidzieć, a które mogą, lecz nie muszą wystąpić. Nie można ich natomiast wykluczyć. Mogą to być np. dodatkowe eventy, produkcja dodatkowych materiałów, czy dodatkowa promocja inwestycji (INTERNET oraz inne kanały). Ich realizacja będzie uzależniona od bieżących potrzeb promocyjnych inwestycji i będzie na bieżąco uzgadniana pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym.

Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawienia każdorazowo oferty cenowej, która będzie podlegała weryfikacji przez Zamawiającego.

W Y K O N A W C A

.....
(podpisy przedstawicieli Wykonawcy upoważnionych do złożenia oferty)

..... r.

(miejscowość) (data oferty)