Załącznik nr 7 **MEDIAPLAN**

Zgodnie z założeniami SOPZ oraz wymaganiami określonymi przez Zamawiającego w ramach

zaproponowanego Mediaplanu Wykonawca zobowiązany jest do rekomendacji mediowej grupy

docelowej, spójnej dla wszystkich rynków objętych postępowaniem lub dla każdego z rynków

oddzielnie, jeżeli uspójnienie grupy docelowej nie będzie możliwe z przyczyn obiektywnych. Rynki,

o których mowa to Polska oraz wybrane kraje europejskie , czyli: Francja, Niemcy, Hiszpania, Wielka Brytania, Włochy, Austria, Belgia, Czechy, Holandia, Szwecja oraz Węgry. Zamawiający wymaga podziału budżetu przeznaczonego na zakup mediów w ww. krajach wraz z merytorycznym uzasadnieniem w następujących proporcjach. Rynek polski 10 proc., rynki zagraniczne 90 proc.,

Podstawowym kryterium ocenianym przez Zamawiającego będzie efektywność mediową i parametr jakościowy.

W przypadku kampanii w mediach online Zamawiający oczekuje jej realizacji u

dostawców gwarantujących jakościowy charakter emisji materiałów reklamowych. Kampania

powinna być mierzona narzędziami wykluczającymi możliwość fraudów (dostawców

generujących fałszywy ruch), gwarantującymi pomiar jakościowych parametrów. Zamawiający oczekuje zweryfikowanej listy dostawców i stron interetowych na etapie rekomendacji oraz przed i w trakcie trwania kampanii. Zamawiający oczekuje wykorzystania narzędzia dokonującego pomiaru wielokanałowych kampanii (np. Campaign Manager 360) . Zamawiający oczekuje monitorowania ruchu na stronie

zamawiającego [www.poland.travel](http://www.poland.travel) przy użyciu narzędzia Google Analytics.

W przypadku pozostałych rekomendowanych mediów Zamawiający oczekuje uzasadnienia ich

wyboru ze szczególnym uwzględnieniem parametrów jakościowych wybranych mediów i

nośników.