

Znak sprawy: ORG.24.2.18.2026.KK

Załącznik nr 1 do Zaproszenia do składania ofert - Opis Przedmiotu Zamówienia

Opis przedmiotu zamówienia

Usługa opracowania i prowadzenia kampanii internetowej z wykorzystaniem systemu Google Ads – reklama w sieci wyszukiwania (Search).

Spis treści

Opis przedmiotu zamówienia	1
1. Przedmiot zamówienia	1
2. Cel realizacji	2
3. Grupa docelowa	2
4. Czas trwania kampanii	3
5. Zakres działań Wykonawcy	3
a) Etap przygotowawczy	3
b) Konfiguracja i emisja kampanii	3
c) Optymalizacja	4
6. Raportowanie	4
7. Wymagania wobec Wykonawcy	5
8. Wymogi formalne i obowiązkowe elementy	5
9. Kryteria oceny ofert	6

1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa usługa przygotowania, realizacji, optymalizacji oraz raportowania kampanii internetowej w systemie Google Ads, w formie reklamy tekstowej w sieci wyszukiwania (Google Search). **W tym przygotowanie emisji dwóch linii tematycznych trwających maksymalnie jeden miesiąc każda, osiągając wskaźnik po 4000 klików.**



Fundusze Europejskie
dla Lubelskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Usługa obejmuje w szczególności:

- a) Opracowanie strategii kampanii w oparciu o cele Zamawiającego.
- b) Przygotowanie struktury konta reklamowego (kampanie, grupy reklam, słowa kluczowe).
- c) Opracowanie reklam tekstowych zgodnych z wytycznymi systemu Google Ads oraz wymaganiami Zamawiającego.
- d) Konfigurację kampanii w modelu CPC (koszt za kliknięcie) lub innej uzgodnionej strategii ustalania stawek.
- e) Ustawienie targetowania geograficznego (w szczególności województwo lubelskie lub wskazane powiaty/miasta).
- f) Bieżącą optymalizację kampanii w trakcie jej trwania.
- g) Monitoring wyników oraz przygotowanie raportu końcowego.

2. Cel realizacji

Celem realizacji kampanii jest m.in.:

- zwiększenie świadomości na temat programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021–2027;
- dotarcie do potencjalnych beneficjentów (w szczególności przedsiębiorców z sektora MŚP);
- informowanie o aktualnych i planowanych naborach;
- zachęcenie do aplikowania o środki unijne;
- informowanie i zachęcanie mieszkańców województwa lubelskiego do udziału w ważnych wydarzeniach organizowanych lub współorganizowanych przez Zamawiającego,

Kampania ma charakter informacyjno-promocyjny. Treści reklam muszą być spójne z obowiązującą komunikacją Zamawiającego oraz przekazami informacyjnymi dotyczącymi programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021–2027.

3. Grupa docelowa

Kampania będzie skierowana do:

- przedsiębiorców z sektora MŚP z województwa lubelskiego;
- beneficjentów realizujących projekty;
- opinii publicznej;



Fundusze Europejskie
dla Lubelskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



- osób poszukujących informacji o dotacjach unijnych, naborach, dofinansowaniach.

Dobór słów kluczowych powinien odpowiadać realnym zapytaniom użytkowników (np. „dotacje dla firm 2026”, „fundusze europejskie dla firm lubelskie”, „dofinansowanie dla MŚP”, „nabór wniosków UE”).

4. Czas trwania kampanii

- a) Kampania powinna być realizowana w okresie uzgodnionym z Zamawiającym.
- b) Czas emisji kampanii: 2 miesiące z podziałem na 2 części.
- c) Zakończenie emisji kampanii – nie później niż 30.11.2026 r.
- d) Szczegółowy harmonogram emisji zostanie ustalony po podpisaniu umowy.

5. Zakres działań Wykonawcy

a) Etap przygotowawczy

Wykonawca zobowiązany jest do:

- przeprowadzenia analizy rynku i konkurencji w wyszukiwarce Google;
- przygotowania propozycji słów kluczowych (z podziałem na dopasowania: ścisłe, do wyrażenia, przybliżone);
- zaproponowania struktury kampanii
- prowadzenia kampanii z wykorzystaniem min. 2-3 grup reklam wariantów dla każdej części kampanii;
- przygotowania rozszerzeń reklam (linki do podstron, objaśnienia, rozszerzenia połączeń, lokalizacji – jeśli zasadne).

Projekt kampanii musi zostać przedstawiony Zamawiającemu do akceptacji przed uruchomieniem.

b) Konfiguracja i emisja kampanii

Wykonawca zobowiązany jest do:

- stworzenia i poprawnej konfiguracji konta reklamowego;
- obsługi płatności i rozliczeń Google Ads (Zamawiający ma pełen dostęp do konta reklamowego);
- implementacja mechanizmów śledzenia skuteczności kampanii marketingowych z wykorzystaniem systemu MATOMO, który posiada Zamawiający;

- ustawienia harmonogramu wyświetlania reklam;
- zastosowania geotargetowania;
- wykluczenia nieefektywnych zapytań (lista słów wykluczających);
- stałego monitorowania wskaźników efektywności (CTR, CPC, liczba konwersji).

c) Optymalizacja

W trakcie emisji kampanii Wykonawca będzie zobowiązany do:

- bieżącej analizy skuteczności słów kluczowych;
- modyfikacji stawek;
- testów A/B treści reklam;
- wykluczania nieefektywnych zapytań;
- zwiększania jakości kampanii (Quality Score).

Optymalizacja powinna być prowadzona w sposób ciągły przez cały okres trwania kampanii.

6. Raportowanie

Wykonawca zobowiązany jest do:

a) Przedstawiania raportów okresowych (częstotliwość do ustalenia po podpisaniu umowy), zawierających co najmniej:

- liczbę wyświetleń,
- liczbę kliknięć,
- CTR,
- średni CPC,
- listę najskuteczniejszych słów kluczowych,
- informacje o konwersjach (jeśli wdrożone).

b) Przygotowania raportu końcowego zawierającego:

- podsumowanie realizacji kampanii,
- strukturę kampanii,
- listę słów kluczowych
- treść wykorzystanych reklam
- analizę efektywności,
- rekomendacje na przyszłość.

Raport stanowi podstawę do podpisania protokołu odbioru.

7. Wymagania wobec Wykonawcy

Wykonawca spełni warunek udziału w postępowaniu, jeżeli wykaze, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert (a jeżeli okres działalności jest krótszy – w tym okresie) zrealizował co najmniej:

- dwie usługi polegające na przygotowaniu i prowadzeniu kampanii w systemie Google Ads w sieci wyszukiwania.

Dodatkowo Wykonawca powinien:

- posiadać doświadczenie w realizacji kampanii dla sektora publicznego lub projektów finansowanych ze środków UE (mile widziane);
- zapewnić osobę odpowiedzialną za bezpośredni kontakt z Zamawiającym;
- gwarantować zgodność działań z polityką reklamową Google.

8. Wymogi formalne i obowiązkowe elementy

- a) Treści reklam muszą być zgodne z wytycznymi systemu Google Ads.
- b) Kampania realizowana będzie na koncie Google Ads założonym przez Wykonawcę na potrzeby realizacji umowy i przekazanym Zamawiającemu wraz z pełnymi uprawnieniami administracyjnymi. Konto reklamowe jest własnością Zamawiającego i pozostaje do jego dyspozycji po zakończeniu umowy.
- c) Reklamy muszą zawierać odniesienia do programu Fundusze Europejskie (w zakresie dopuszczalnym przez limity znaków).
- d) Reklamy publikowane w systemie Google Ads muszą być tematycznie powiązane z treścią strony docelowej oraz kierować użytkownika bezpośrednio do podstrony zawierającej informacje o aktualnych naborach wniosków. Stroną docelową dla reklam jest strona internetowa:
<https://funduszeue.lubelskie.pl/lawp/nabory/>
- e) Reklama musi zawierać obowiązkowe oznaczenia zgodnie z Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021–2027.
- f) Wykonawca zobowiązany jest do zachowania poufności danych.

9. Kryteria oceny ofert

Wybrana zostanie oferta, która uzyska największą liczbę punktów. Wybór oferty zostanie dokonany na podstawie kryteriów oceny ofert z ustaloną punktacją do 100 pkt (100%=100pkt).

1. Kryterium cena ofert - max. 100 pkt

$$\text{liczba punktów za kryterium} = \left(\frac{\text{wartość brutto oferty z najniższą ceną}}{\text{wartość brutto oferty badanej}} \right) \times 100 \text{ punktów}$$

Punkty za kryterium „cena” będą zaokrąglane do dwóch miejsc po przecinku.