**Załącznik nr 7**

**Elementy kampanii promocyjnej i reklamowej o zasięgu ogólnopolskim**

**Wykonawca w ramach oferty powinien przedstawić szczegółowy plan przeprowadzenia kampanii ogólnopolskiej w terminie jednego miesiąca po podpisaniu umowy z Zamawiającym, z wyszczególnieniem konkretnych działań, liczby i terminów publikacji czy liczby emisji itp.**

**Każde działanie powinno być odpowiednio dokumentowane przez Wykonawcę, który po każdym miesiącu współpracy powinien przedstawić raport wykonanych działań.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Lp.  | Rodzaj usługi  | Czas trwania  | Uwagi |
| 1. | **GOOGLE + Facebook ADS - kampania reklamowa,**  | Od 20.03.2020r. do 11 lipca 2020r. |  |
| 2. | **Prowadzenie profilu Facebook, Instagram, YouTube** | Od 20.03.2020r. do końca lipca 2020 r.  |  Tworzenie treści wpisów oraz grafik czy materiałów wideo – w tym koniecznie krótkie materiały z udziałem gwiazd festiwalu, a także promocja Festiwalu Artystów na swoich kanałach informacyjnych, szczególnie w social mediach. Obejmuje także wykonanie zdjęć podczas Jarocin Festiwal 2020 i publikację ich na FB Festiwalu w czasie jego trwania Publikacja Stories na FB i Instagramie Co najmniej 20 wpisów miesięcznie łącznie w social mediach |
| 3. | **Kampania reklamowa w prasie** o zasięgu lokalnym i portalach internetowych o zasięgu ogólnopolskim, w tym w serwisach branżowych np. muzycznych, kulturalnych  | Od 20.03.2020r. do końca lipca 2020 r. | W tym: - działania niestandardowe – artykuły natywne- działania standardowe – display - Fameshop Co najmniej 12 reklam bądź artykułów, wywiadów, reklam w formacie 1/1 strony.  |
| 4.  | **Kampania reklamowa w radiu** o zasięgu ogólnopolskim | Od 20.03.2020 r. do końca lipca 2020 r. | W tym:- zwiastuny do 30 sekund – min. 50 emisji - wywiady,- zapowiedzi wydarzenia - konkursy dla słuchaczy z lokowaniami dot. miasta - promocja na portalu internetowym rozgłośni- zaangażowanie social mediów rozgłośni ogólnopolskiej w promocji wydarzenia |
| 5.  | **Kampania reklamowa w Telewizji o zasięgu ogólnopolskim**  | Lipiec 2020r. | W tym: - zwiastuny promocyjne (co najmniej 15 spotów reklamowych – długość co najmniej 8 sek.)- wywiady,- relacje live na kanale informacyjnym ogólnopolskiej stacji telewizyjnej z udziałem przedstawicieli miasta Zamawiającego, - zaangażowanie PR, promocji i social mediów telewizji ogólnopolskiej w promocji wydarzenia |