

Rozeznanie rynkowe: Realizacja i obsługa kampanii internetowej WAKCYJNA PODZIEMNA PRZYGODA w zakresie Google Ads, kampanii Facebook Ads oraz artykułów sponsorowanych na wybranych portalach turystycznych na rynku polskim.

Pytania i odpowiedzi:

1. Czy w zakres działań wchodzi przygotowanie materiałów reklamowych graficznych?

Przygotowanie materiałów graficznych leży po stronie Wnioskującego, przy czym Oferent zobowiązany jest do ścisłej współpracy z Wnioskującym pod kątem weryfikacji poprawności przygotowywanych materiałów. Mowa tutaj o opiniowaniu projektów materiałów graficznych oraz o ewentualnej ich modyfikacji.

2. W sekcji Wyszukiwarka Google jest napisane „Preferowane słowa kluczowe...”. Czy jest to zamknięta lista słów? Czy istnieje możliwość powiększenia tej listy?

Przedstawiony zbiór słów kluczowych zawiera zwroty preferowane, jednakże nie jest to zamknięta lista słów. Oferent ma za zadanie działanie dążące do utrzymania wyświetleń reklam na najwyższych pozycjach przy jednoczesnym dbaniu o obniżanie kosztów za kliknięcie/ CPC (cost per click). Oferent ma zatem prawo do powiększania listy preferowanych słów, bądź jej weryfikacji, jednakże za zgodą Wnioskującego.

3. Po czyjej stronie jest tworzenie contentu do postów na FB, czy grafik reklamowych?

Podobnie jak przy kampanii Google Ads, przygotowanie materiałów graficznych leży po stronie Wnioskującego, przy czym Oferent zobowiązany jest do ścisłej współpracy z Wnioskującym pod kątem weryfikacji poprawności przygotowywanych materiałów. Mowa tutaj o opiniowaniu projektów materiałów graficznych oraz o ewentualnej ich modyfikacji.

4. W sekcji Artykuły sponsorowane jest zapis „Wykonawca w terminie 3 dni od dnia podpisania umowy przedstawi pierwsze propozycje artykułów”. Czy to dotyczy 1 artykułu, a te 3 dni to dni robocze?

Tak, Wykonawca w terminie 3 dni od dnia podpisania umowy (oznacza 3 dni robocze) przedstawi pierwsze propozycje artykułów, kolejne mogą być realizowane systematycznie w trakcie trwania kampanii, zgodnie z harmonogramem działań zaakceptowanym przez Wnioskującego.

5. Czy ofertę przesyła się na adres: oferty@muzeumgornictwa.pl?

Tak, oferty wysyłamy na adres oferty@muzeumgornictwa.pl.

6. Czy w niniejszej ofercie uwzględnić także promocję odwiedzin artykułów, czy nie?

Jak najbardziej można, Oferent bowiem odpowiada za efekty przeprowadzenia kampanii.