

**Szczegółowe oczekiwania dotyczące „Opracowania i przeprowadzenia kampanii informacyjno – promocyjnej na temat przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości od Zespołu Zarządców Nieruchomości Sp. z o.o.**

1. Przedmiotem zamówienia jest opracowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno – promocyjnej na temat przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości od Zespołu Zarządców Nieruchomości Sp. z o.o. Zakłada się, że na terenie Miasta Poznania powstanie 5 Punktów Obsługi Klienta, które otwierane będą w trzech etapach, to jest 03.07.2017r. powstaną dwa Punkty Obsługi Klienta, 01.08.2017r. powstaną dwa kolejne Punkty Obsługi Klienta, 21.08.2017r. powstanie ostatni Punkt Obsługi Klienta. Ponadto zakłada się, że ostateczne przejęcie przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. zasobu komunalnego Miasta Poznania do zarządzania przewidziane jest na 21.08.2017r.
2. Wykonawca zobowiązany jest do wdrożenia zaproponowanej koncepcji kampanii i wskazania daty początkowej jej rozpoczęcia. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany wcześniej zaakceptowanego harmonogramu działań, jeżeli nastąpi szybsze przejęcie zadań, o których mowa w punkcie 1. Wykonawca zobowiązuje się wtedy do dostosowania harmonogramu działań do skróconego terminu.
3. Grupą docelową i odbiorcami kampanii są klienci zasobu komunalnego Miasta Poznania mieszkający w komunalnym zasobie lokalowym (ok. 12 500 mieszkań) oraz najemcy miejskich lokali użytkowych (około 1 810 najemców).
4. Terenem oddziaływania kampanii informacyjno-promocyjnej jest Miasto Poznań.
5. Zasadniczym elementem przekazu kampanii powinna być przekonanie klientów Zarządu Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o., że przejęcie zadań zarządcy przez pracowników spółki ma nie tylko charakteru organizacyjnego. Zmiana ta zapowiada nową jakość w obsłudze klienta.
6. Usługa public – relations obejmująca:
  - opracowanie press – pack dla dziennikarzy - materiały informacyjne związane z przejęciem przez Zarząd Komunalnych Zasobów

- Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości zasobu komunalnego wraz z informacją o powstaniu nowych Punktów Obsługi Klienta, w których klienci będą kompleksowo i fachowo obsłużeni,
- stały kontakt z mediami w zakresie organizacji konferencji prasowych z dziennikarzami na temat przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości,
  - stworzenie dla dziennikarzy banku prasowego zdjęć związanych z tematyką przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości,
  - nadzór i kontrola nad prawidłowym przebiegiem kampanii informacyjno - promocyjnej,
  - monitoring mediów.
7. Opracowanie graficzne i druk plakatów związanych z kampanią informacyjno - promocyjną na temat przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości od Zespołu Zarządców Nieruchomości Sp. z o.o. wraz z informacją o nowych Punktach Obsługi Klientów.

Specyfikacja techniczna:

- ilość 2 300 sztuk
- format B2 – 1150 sztuk
- format A3 – 1150 sztuk
- kolor 4/0
- papier: kreda, minimum 130g
- wywieszenie 2 300 sztuk plakatów w budynkach komunalnych, budynkach Wspólnot Mieszkaniowych z udziałem Miasta Poznania oraz budynkach NZOZ
- Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji projekt graficzny plakatu związanego z kampanią informacyjno - promocyjną na temat przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości od Zespołu Zarządców Nieruchomości Sp. z o.o. wraz z informacją o nowych Punktach Obsługi Klientów,

P.



- projekt graficzny plakatu powinien zawierać informacje o dacie otwarcia poszczególnych Punktów Obsługi Klienta zgodnie z harmonogramem ich powstania oraz zawierać mapę Miasta Poznania z podziałem na zasięg terytorialny poszczególnych Punktów Obsługi Klienta.
8. Opracowanie graficzne i druk ulotek związanych z kampanią informacyjno - promocyjną na temat przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości od Zespołu Zarządców Nieruchomości Sp. z o.o. wraz z informacją o nowych Punktach Obsługi Klientów.

Specyfikacja techniczna:

- ilość 50 700 sztuk
  - format A5
  - kolor 4/4
  - papier: kredo minimum 130g
  - rozniesienie 14 200 sztuk ulotek poprzez wrzucenie do skrzynek pocztowych najemców mieszkań komunalnych oraz najemców lokali użytkowych
  - Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji projekt graficzny ulotki związanej z kampanią informacyjno - promocyjną na temat przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości od Zespołu Zarządców Nieruchomości Sp. z o.o. wraz z informacją o nowych Punktach Obsługi Klientów
  - projekt graficzny ulotek powinien zawierać informacje o dacie otwarcia poszczególnych Punktów Obsługi Klienta zgodnie z harmonogramem ich powstania oraz zawierać mapę Miasta Poznania z podziałem na zasięg terytorialny poszczególnych Punktów Obsługi Klienta.
9. Opracowanie listu dedykowanego dla klientów zasobu komunalnego Miasta Poznania zawierającego przekaz, że zachodzące zmiany mają na celu lepszą obsługę klienta, a zatrudnieni w Spółce pracownicy dołożą wszelkich starań, żeby klienci zasobu komunalnego Miasta Poznania zostali kompleksowo i fachowo obsłużeni. Opracowanie listu dedykowanego przewiduje maksymalnie naniesienie dwóch korekt przez Zamawiającego



10. Projekty graficzne plakatów i ulotek, o których mowa w punktach 7 i 8 powinny być ukierunkowane na podział mapy Poznania na 5 rejonów nowych Punktów Obsługi Klienta wraz z informacją od kiedy planowane jest rozpoczęcia działania poszczególnych Punktów Obsługi Klienta
11. Nie mniej ważnym efektem kampanii ma być informacja o zmianie miejsc obsługi klientów w nowych Punktach Obsługi Klienta wraz z numerami telefonów dostępnych dla obecnych i przyszłych najemców.
12. Opracowanie media – planu wraz z kosztorysem określającym inne kanały dotarcia niż opracowanie graficzne, wydruk ulotek i plakatów wraz z ich rozniesieniem, opracowanie listu dedykowanego do klientów zasobu komunalnego na terenie Miasta Poznania w związku z przejęciem przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości od Zespołu Zarządców Nieruchomości Sp. z o.o.
13. Zakłada się, że przed każdym otwarciem nowych Punktów Obsługi Klienta należy o tym fakcie powiadomić klientów zasobu komunalnego Miasta Poznania za pośrednictwem różnych kanałów dotarcia określonych w załączonym media – planie.
14. Media – plan, o którym mowa w punkcie 12 powinien uwzględniać również prowadzenie kampanii informacyjno - promocyjnej, z wykorzystaniem różnych kanałów dotarcia na terenie Miasta Poznania do klientów zasobu komunalnego Miasta Poznania, po przejęciu przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. zarządzania nieruchomościami Miasta Poznania od dotychczasowego zarządcy przez okres jednego miesiąca po ostatecznym jego przejęciu.
15. W ramach media – planu związanego z kampanią informacyjno – promocyjną, o której mowa w punkcie 14 Wykonawca zobowiązany będzie poinformować mieszkańców Miasta Poznania o zmianach jakie zaszły w zarządzanym zasobie po jego przejęciu przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o.
16. Prezentacja szczegółowej koncepcji działań informacyjno-promocyjnych na temat przejęcia przez Zarząd Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. funkcji zarządcy nieruchomości wraz z szczegółowym harmonogramem ich wdrożenia



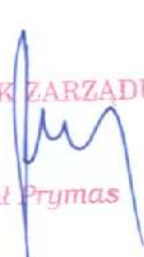





oraz kanałami dotarcia określonymi w załączonym media - planie nastąpi w terminie 7 dni od dnia podpisania umowy.

17. Prezentacja, o której mowa w punkcie 16 powinna określać kanały dotarcia do klientów Zarządu Komunalnych Zasobów Lokalowych Sp. z o.o. na terenie Miasta Poznania (lokalna telewizja, lokalne rozgłoszenie radiowe, lokalna prasa itp.) potwierdzone przez Wykonawcę zasięgiem ich oddziaływania (wyniki oglądalności, słuchalności, nakładu itp. według danych nie starszych niż miesiąc grudzień 2016r. z podaniem danych źródłowych oraz liczby odbiorców informacji).
18. Uzupełnieniem prezentacji będzie załącznik zawierający zestawienie kosztów planowanych działań.
19. Forma graficzna kampanii informacyjno-promocyjnej powinna być zgodna z system identyfikacji wizualnej ZKZL sp. z o.o. oraz Miasta Poznania.
20. Wykonawca zaprezentuje też projekty graficzne oznaczenia nowych Punktów Obsługi Klienta.
21. Zamawiający wymaga, aby przedmiot zamówienia został wykonany przez Wykonawcę zgodnie z wytycznymi zamawiającego z zachowaniem wysokiej jakości wykonanych prac.
22. Kampania informacyjno-promocyjna powinna gwarantować dotarcie do maksymalnie szerokiej grupy odbiorców, eliminując zagrożenie zaistnienia chaosu informacyjnego w kwestii terminu wejścia w życie zmian organizacyjnych.
23. Wykonawca zobowiązany będzie współpracować z Zamawiającym na etapie realizacji zamówienia, w szczególności zobowiązany będzie konsultować wszelkie wątpliwości.
24. W terminie 14 dni od zakończenia kampanii informacyjno – promocyjnej, jednak nie później niż do 02.10.2017r. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport końcowy z podjętych działań dotyczących przebiegu kampanii informacyjno - promocyjnej wraz z szacowanym efektem jej oddziaływania.

p.o. KOORDYNATORA  
Biura Obsługi Klienta  
Dariusz Leszczyński

  
DYREKTOR ZARZĄDU  
  
CZŁONEK ZARZĄDU  
Przemysław Surdyk  
  
Michał Prymas  
  
PREZES ZARZĄDU  
Arkadiusz Stasica