

# Szacowanie wartości zamówienia polegającego na opracowaniu strategii marki i kampanii wizerunkowej Bazy Usług Rozwojowych

## I. Wykaz pojęć i skrótów.

- **BUR** – Baza Usług Rozwojowych
- **EFS** – Europejski Fundusz Społeczny
- **PARP** – Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
- **PO WER** – Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020

## II. Informacja na temat Zamawiającego

Baza Usług Rozwojowych (dalej BUR/Baza) dostępna pod adresem <https://uslugirozwojowe.parp.gov.pl/> to ogólnopolska, internetowa ogólnodostępna baza ofert usług szkoleniowych i doradczych (usług rozwojowych) oraz podmiotów je realizujących, prowadzona w formie systemu teleinformatycznego. Baza przeznaczona jest dla instytucji/przedsiębiorców, ich pracowników oraz pozostałych osób fizycznych. BUR realizuje w szczególności obsługę następujących procesów:

- a) publikacja ofert usług rozwojowych,
- b) zapisy na usługi rozwojowe (bez możliwości realizacji płatności z poziomu BUR),
- c) umieszczanie ogłoszeń o zapotrzebowaniu na usługi rozwojowe.

Ponadto w skład BUR wchodzi ogólnodostępny serwis informacyjny dostępny pod adresem <http://serwis-uslugirozwojowe.parp.gov.pl>.

Utrzymanie Bazy finansowane jest w ramach realizowanego projektu pt. „Kontynuacja działań mających na celu rozwój i utrzymanie ogólnopolskiej Bazy Usług Rozwojowych (BUR)” współfinansowanego również ze środków EFS w ramach PO WER<sup>1</sup>. Administratorem BUR jest PARP, która m.in. zarządza kontami i uprawnieniami Użytkowników, dba o bezpieczeństwo Bazy oraz danych w nim zawartych. PARP odpowiada również za stały nadzór nad jakością i dostępnością świadczonych za pośrednictwem BUR usług.

W chwili obecnej trwają prace związane z modyfikacją systemu BUR. Planuje się uruchomienie nowej odsłony systemu w III kwartale 2020 r. (BUR 2.0). BUR. Główne zmiany dotyczą dopasowania funkcjonalności systemu do potrzeb użytkowników BUR. Zmianie ulegnie również ogólnodostępny serwis informacyjny będący elementem Bazy. Serwis

---

<sup>1</sup> <https://serwis-uslugirozwojowe.parp.gov.pl/informacje-o-portalu/regulamin>

informacyjnym po modyfikacji będzie składał się z zakładek: aktualności, informacje o portalu, baza wiedzy, kalendarium wydarzeń, dofinansowanie.

### III. Przedmiot zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia będzie:
  - 1.1. opracowanie strategii marki i kampanii wizerunkowej oraz
  - 1.2. wsparcie eksperckie przy wdrażaniu kampanii w ramach projektu BUR.
2. Opracowana strategia powinna stworzyć ramy dla konkretnych działań, które zostaną opracowane na jej podstawie, związanych z kreowaniem świadomości i rozpoznawalności marki Baza Usług Rozwojowych, niezależnie od wykorzystanych narzędzi komunikacji, grup docelowych i rynku, do których przekaz będzie kierowany.
3. Strategia marki realizowana jest w celu zapewnienia spójnego, konsekwentnego i pozytywnego wizerunku BUR.
4. Strategia marki BUR powinna odwoływać się do specyfiki BUR będącej ogólnodostępną, bezpłatną bazą ofert usług rozwojowych świadczonych w różnych formach (szkolenia, kursy zawodowe, doradztwo, studia podyplomowe, mentoring, coaching, egzamin oraz e-learning).
5. Głównym celem opracowanej strategii ma być:
  - 4.1. wykreowanie i utrzymanie rozpoznawalności BUR wśród użytkowników i interesariuszy w tym m.in. samorządach, urzędach pracy, punktach informacji funduszy europejskich w Polsce,
  - 4.2. opracowanie długookresowych wytycznych – rekomendacji strategicznych w obszarze utrzymania wizerunku marki BUR wśród przedsiębiorców w Polsce i skutecznego pozycjonowania strony BUR w Internecie.

### IV. Termin realizacji

1. Zadania o których mowa w pkt III.1.1 zostaną zrealizowane w terminie 40 dni roboczych od podpisania umowy.
2. W zakresie Zadania, o którym mowa w pkt. III 1.2. Wykonawca zobowiązany jest realizować przedmiot zamówienia w okresie 6 miesięcy od zakończenia realizacji przedmiotu zamówienia określonego w zadaniu lub do czasu wyczerpania ilości zaplanowanych godzin doradztwa związanych z wdrożeniem strategii, zamówionych na zasadach opcji, zależnie, które nastąpi wcześniej.

### V. Grupa docelowa

Grupą docelową projektu BUR są przedsiębiorcy i ich pracownicy, osoby fizyczne, jak i podmioty świadczące usługi rozwojowe na rynku.

## VI. Zadania Wykonawcy

W ramach opracowania strategii komunikacji marki i kampanii wizerunkowej do zadań Wykonawcy będzie należało przeprowadzenie:

1. Analizy informacji i otoczenia konkurencyjnego;
2. Opracowanie propozycji strategii komunikacji marki i kampanii wizerunkowej BUR oraz założeń do jej realizacji;
3. Przygotowanie i przeprowadzenie na potrzeby Zamawiającego warsztatu dotyczącego opracowanej strategii;
4. Przygotowanie dokumentu stanowiącego wypracowaną strategię komunikacji marki i kampanii wizerunkowej oraz założeń do jej realizacji;
5. Wsparcie eksperckie przy wdrażaniu kampanii w ramach projektu BUR.

### Zadanie 1 – Analiza informacji i otoczenia konkurencyjnego

1. W zakresie zadania „Analiza informacji i otoczenia konkurencyjnego” będą wykonywane takie działania jak:
  - 1.1. Porównanie systemu BUR z podobnymi systemami internetowymi dostępnymi na rynku polskim, prowadzonymi w formie portalu teleinformatycznego, realizującymi usługi w formule zbliżonej do specyfiki BUR - poznanie ich strategii marketingowych oraz oferty, silnych i słabych stron ,
  - 1.2. zidentyfikowanie i porównanie zagranicznych systemów internetowych prowadzonych w formie systemu teleinformatycznego, zbliżonych w charakterze działania do specyfiki BUR
  - 1.3. przygotowanie raportu i prezentacji zebranych informacji, wniosków oraz rekomendacji.
2. Wykonawca w celu dokonania analizy, o której mowa w pkt. 1 wybierze 5 najbardziej rozpoznawalnych systemów/portali internetowych zarówno na rynku polskim, jak i zagranicznym świadczących usługi w formule oraz charakterze zbliżonym do specyfiki systemu BUR. tj. dającym użytkownikom systemu/portalu dostęp do usług świadczonych przez różnych usługodawców.
3. Analiza (o charakterze desk research) przeprowadzona zostanie na podstawie dostępnych źródeł, w tym zasobów Internetu. W celu wykonania kompletnej analizy, Wykonawca zobowiązany będzie do pozyskania materiałów niezbędnych do realizacji zadania.
4. Ponadto Wykonawca dokona analizy:
  - 4.1. w jaki sposób firmy konkurencyjne komunikują swoją ofertę rozwojową,
  - 4.2. jakimi narzędziami komunikacji posługuje się konkurencja.
5. Wyniki analiz zaprezentowane zostaną na spotkaniu połączonym z dyskusją (przewidziane jest jedno spotkanie poświęcone omówieniu wyników analiz). Spotkanie odbędzie się zdalnie lub w siedzibie PARP.

6. Wykonawca opracuje prezentację z otrzymanych wyników i analiz w formacie pptx, która zostanie przedstawiona na spotkaniu, o którym mowa w pkt 4.

## **Zadanie 2 – Opracowanie propozycji strategii komunikacji marki i kampanii wizerunkowej BUR oraz założeń do jej realizacji**

Główne zadania:

1. Opracowanie strategii efektywnej komunikacji BUR oraz sposobu jej realizacji.
2. Określenie elementów składowych spójnej i klarownej komunikacji BUR oraz opracowanie wytycznych dla identyfikacji wizualnej, w zgodzie z wytycznymi PARP dostępnymi pod adresem:  
<https://www.parp.gov.pl/component/parpabout/?view=identity>
3. Opracowanie wytycznych do strategii komunikacji.
4. Wykonawca odpowiedzialny będzie za opracowanie dokumentu strategii komunikacji BUR oraz sposobu jej realizacji. Strategia stanowić powinna spójną kompozycję, prezentującą system połączeń pomiędzy kluczowymi elementami komunikacji, w odniesieniu do określonych cech i oczekiwań swoich odbiorców. Zawierać powinna kwintesencję wyjątkowego podejścia oraz korzyści, jakie użytkownikom oferuje BUR.
5. Jako rezultat tych prac, Wykonawca opracuje dokument „Propozycja Strategii komunikacji Bazy Usług Rozwojowych (BUR)”.
6. Wypracowany dokument powinien być zgodny z wymogami WCAG oraz Wytycznymi w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020<sup>2</sup>.

## **Zadanie 3 – Przygotowanie i przeprowadzenie warsztatu dotyczącego opracowanej strategii**

1. Po opracowaniu strategii komunikacji marki i kampanii wizerunkowej, Wykonawca zorganizuje warsztat, na którym zaprezentowana i omówiona zostanie propozycja wypracowanej strategii (pierwsza część warsztatu).
2. Drugą część spotkania stanowić będzie warsztat poświęcony konkretnym narzędziom spójnej komunikacji budującej wyróżniki marki BUR oraz kampanii wizerunkowej, odpowiadającej na potrzeby grup docelowych zgodnie z wybraną koncepcją. Na podstawie przeprowadzonego warsztatu Wykonawca przedstawi podsumowanie z najważniejszymi wnioskami.

---

<sup>2</sup> <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/wytyczne-w-zakresie-realizacji-zasady-rownosci-szans-i-niedyskryminacji-oraz-zasady-rownosci-szans/>

#### **Zadanie 4 – Przygotowanie dokumentu stanowiącego wypracowaną strategię komunikacji oraz założeń do jej realizacji**

1. Jako rezultat tych prac, Wykonawca opracuje dokument „Strategia komunikacji marki i kampanii wizerunkowej BUR”.
2. Dokument powinien zostać przygotowany zwięzłym, zrozumiałym językiem z uwzględnieniem zasad dostępności.<sup>3</sup>

#### **Zadanie 5 - Wsparcie eksperckie przy wdrażaniu kampanii w ramach projektu BUR**

1. Wykonawca w okresie nie dłuższym niż 6 miesięcy po zakończeniu realizacji przedmiotu zamówienia zapewni bezpośrednie wsparcie merytoryczne i doradztwo w procesie wdrażania i realizacji działań określonych w strategii komunikacji.
2. Działania jakie będą realizowane w ramach niniejszego zadania to m. in.:
  - 2.1. konsultacje w procesie wdrażania strategii i przygotowywania materiałów marketingowych;
  - 2.2. opiniowanie przygotowanych narzędzi komunikacyjnych i materiałów marketingowych, takich jak np. broszury, ulotki, treści na strony www, itp.;
  - 2.3. wsparcie w testowaniu poszczególnych elementów strategii np. przedstawienie prezentacji i materiałów marketingowych BUR, oraz zebranie informacji zwrotnych w formie ankiety, jak również zaproponowanie adekwatnych do wyników poprawek;
  - 2.5. konsultacje przy realizacji działań marketingowych i komunikacyjnych promujących BUR.

---

<sup>3</sup> <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/wytyczne-w-zakresie-realizacji-zasady-rownosci-szans-i-niedyskryminacji-oraz-zasady-rownosci-szans/>