**ZAŁĄCZNIK NR …**

**PAKIET DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH REALIZOWANYCH W ZWIĄZKU
Z OTRZYMANYM DOFINANSOWANIEM UMOWY NR :**

**Świadczenia Zleceniobiorcy na rzecz Zleceniodawcy / Narzędzia i działania promocyjne jakie będą wykorzystywane w ramach umowy (reklama zewnętrzna; użycie logotypów na materiałach promocyjnych; promocja w internecie, prasie, radiu, telewizji; działania Public Relations)**

**Lista świadczeń obowiązkowych**

1. Wysłanie informacji o wydarzeniu oraz fakcie współfinansowania do lokalnej prasy, serwisów internetowych, zarządców nieruchomości lub mieszkańców z terenu sąsiadującego z miejscem wydarzenia (KOMUNIKAT/ NOTATKA PRASOWA),
2. Umożliwienie bezpłatnego uczestnictwa dwóch reprezentantów Zleceniodawcy w wydarzeniu.

**Otwarta lista propozycji świadczeń do ustalenia / zaproponowania przez Zleceniobiorcę - przykłady**

1. Umieszczenia przekazu promocyjnego Zleceniodawcy (o treści i wielkości wskazanej przez Zamawiającego) we wszystkich materiałach reklamowych wykonanych przez Wykonawcę lub w związku wydarzeniem, którego dotyczy umowa, przy czym ustala się, że w razie gdyby przewidziana ilość materiałów wymienionych w punktach poniżej uległa zwiększeniu, zamieszczenie przekazu Zleceniodawcy dotyczy również tych materiałów:
	1. na nośnikach outdoor – billboardów, citylightów, siatek diapazonów, etc.
	2. na plakatach promujących wydarzenie łącznie ...... szt.,
	3. na stronie www wydarzenia przez okres ..... od dnia … do dnia ………....,
	4. na zaproszeniach – ....... szt.,
	5. na ulotkach – ....... szt.,
	6. zamieszczenie całostronicowej reklamy Zamawiającego w katalogu/programie wydarzenia,
	7. w materiałach merytorycznych - ...... szt. kompletów,
	8. na identyfikatorach gości i obsługi wydarzenia.
2. Umieszczenia przekazu promocyjnego Zleceniodawcy (o treści i wielkości wskazanej przez Zamawiającego) we wszystkich reklamach zamieszczonych w mediach w związku z wydarzeniem, którego dotyczy umowa, przy czym ustala się, że w razie gdyby przewidziana ilość publikacji wymienionych w punktach poniżej uległa zwiększeniu, zamieszczenie przekazu Zleceniodawcy dotyczy również tych materiałów:
	1. reklama w dzienniku, wydanie lokalne (NAZWA) – minimum …ogłoszeń,
	2. reklama w tygodniku (NAZWA) – minimum … ogłoszenie
	3. reklama w magazynie (NAZWA lub inny z tego segmentu prasy) – minimum … ogłoszenie
	4. reklama w informatorze kulturalnym NAZWA – minimum … reklamy
	5. spoty radiowe w NAZWA – minimum … spotów
	6. baner reklamowy w informacyjnym portalu internetowym (NAZWA) – minimum … odsłon
	7. baner reklamowy w portalu internetowym o tematyce kulturalnej (NAZWA) – minimum … odsłon
3. Wywieszenie flagi przekazanej przez Zleceniodawcę w widocznym miejscu, na terenie wydarzenia.
4. Zamieszczenie przekazu promocyjnego Zleceniodawcy w materiałach reklamowych dystrybuowanych w całym mieście.

**PUBLIC RELATIONS:**

1. Umieszczenie informacji o wydarzeniu oraz fakcie współfinansowania na stronie Internetowej Zleceniobiorcy.
2. Umieszczenie informacji o wydarzeniu oraz fakcie współfinansowania w mediach społecznościowych (np. działania na Facebooku) - profil …. użytkowników, zasięg do ponad … odbiorców,
3. Informacja o wydarzeniu w rozgłośniach radiowych (wybrane audycje radiowe w rozgłośniach radiowych NAZWA)
4. Informacje o wydarzeniu w serwisach internetowych (serwisy informacyjne, wybrane serwisy branżowe np. muzyczne, kulturalne, społeczne)
5. Wysyłka zindywidualizowanego newslettera (…. unikalnych adresów)

**Harmonogram działań:**

**Ekwiwalent promocyjny (efekty promocyjne, komunikacyjne, frekwencyjne):**