

POSTĘPOWANIE NA WYBÓR AGENCJI MARKETINGOWEJ – obsługa DIGITAL

Opis Przedmiotu Zamówienia

Nazwa zamówienia:

Wybór agencji marketingowej do obsługi Grupy Polski Holding Hotelowy na lata 2026–2027

1. Wprowadzenie

Grupa Hotelowa, zrzeszająca ponad 50 hoteli i obiektów w całej Polsce, planuje wyłonić agencję marketingową, która zapewni kompleksową obsługę marketingową w kanale digital.

2. Zakres Przedmiotu Zamówienia

2.1. Performance Marketing i Digital Ads

- Planowanie i realizacja kampanii digital marketingowych:
 - Google Ads (Search, Display, YouTube),
 - Meta Ads (Facebook, Instagram),
 - LinkedIn Ads, TikTok Ads,
 - remarketing, retargeting, kampanie PPC i programmatic.
- Optymalizacja kampanii pod kątem KPI (ROAS, konwersja, CPC, CPM, CTR).
- Przygotowanie kreacji i treści reklamowych do kanałów digital.

2.2. SEO i Content Marketing

- Audyt i optymalizacja stron pod kątem SEO technicznego i treściowego.
- Budowa strategii SEO (słowa kluczowe, content plan, blog hotelowy).
- Link building i działania off-site.
- Lokalne SEO – optymalizacja wizytówek hoteli (Google Maps, Tripadvisor).

2.3. Email Marketing i CRM

- Tworzenie i prowadzenie kampanii e-mail marketingowych:
- newslettery dla klientów indywidualnych i biznesowych,
- automatyzacje (welcome series, abandoned booking, post-stay follow-up).
- Wsparcie w integracji i konfiguracji narzędzi CRM (HubSpot, Salesmanago, inne).

2.4. Analityka i raportowanie

- Implementacja i konfiguracja narzędzi: GA4, GTM, Hotjar, Meta Pixel, konwersje Google Ads.
- Miesięczne raportowanie wyników kampanii i działań digital (dashboards + analizy).
- Rekomendacje optymalizacji na podstawie danych (data-driven marketing)

2.5 Współpraca z Influencerami i twórcami Internetowymi

- Dobór influencerów zgodnie z grupami docelowymi marek hotelowych (mikro-, makro-, lifestyle, podróżniczy, kulinarny, biznesowy).

- Przygotowanie koncepcji kampanii influencer marketingowych (cele, przekaz, KPI, harmonogram).
- Negocjacje, koordynacja i nadzór nad realizacją współprac (briefy, umowy, kontrola publikacji).
- Monitorowanie efektów i raportowanie wyników kampanii (zasięg, zaangażowanie, konwersje, sentyment).
- Współpraca z influencerami podczas wydarzeń offline, sesji zdjęciowych i akcji specjalnych.