



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego 4/FEPW1.4/ROMI

Opis Przedmiotu Zamówienia (OPZ)

Nazwa zamówienia: Kompleksowe usługi marketingowe wspierające wdrożenie strategii wzorniczej firmy ROMI Sp. z o.o.

Kody CPV:

79340000-9 – Usługi reklamowe i marketingowe

72413000-8 – Usługi w zakresie projektowania stron WWW

79822500-7 – Usługi projektów graficznych

79341100-7 – Doradcze usługi reklamowe

1. Wprowadzenie do Zamówienia i Kontekst Biznesowy

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie kompleksowych, zintegrowanych usług doradczych i wdrożeniowych w obszarze marketingu, branding i e-commerce. Usługi te wynikają bezpośrednio z rekomendacji strategii wzorniczej opracowanej dla Zamawiającego – **ROMI Sp. z o.o.**, firmy z ponad 30-letnim doświadczeniem, specjalizującej się w produkcji folii, opakowań foliowych i nadruku fleksograficznego.

Zamawiający, opierając się na swoim know-how i potencjale technologicznym, dokonuje strategicznej dywersyfikacji działalności. Celem jest przejście od modelu opartego głównie na produkcji B2B na zlecenie do wprowadzenia na rynek własnego, innowacyjnego produktu pod marką **PREMIUM** – znacznie ulepszonej, cieńszej folii termokurczliwej, która jest bardziej ekologiczna i wydajna.

Głównym celem zamówienia jest profesjonalne wsparcie tego procesu poprzez zbudowanie od podstaw silnej marki produktowej, stworzenie nowoczesnych narzędzi cyfrowej sprzedaży i komunikacji oraz dotarcie do nowych segmentów rynku, w tym klientów detalicznych (B2C) w Polsce i klientów biznesowych (B2B) na rynkach zagranicznych (początkowo rynek czeski).

Zamówienie realizowane jest w ramach projektu pn. „Wzrost konkurencyjności firmy ROMI Sp. z o.o. w oparciu o strategię wzorniczą”, współfinansowanego z Programu Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej 2021-2027, Działanie 1.4 Wzornictwo w MŚP.



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



2. Zakres Przedmiotu Zamówienia

Zamówienie obejmuje realizację siedmiu wzajemnie powiązanych zadań, które tworzą spójny proces wdrożeniowy:

Zadanie 1: Korekta logo i stworzenie księgi znaku firmy ROMI

Cel: Odświeżenie i profesjonalizacja wizerunku korporacyjnego firmy ROMI, aby odzwierciedlał jej ugruntowaną pozycję rynkową, doświadczenie oraz nowy, innowacyjny kierunek rozwoju.

- **Zakres prac:**

1. Przeprowadzenie analizy obecnego logotypu w kontekście nowej strategii firmy. Przedstawienie min. 3 propozycji jego modernizacji (liftingu), które będą komunikować kluczowe wartości: **doświadczenie i stabilność (ponad 30 lat na rynku), technologię i innowacyjność (produkt PREMIUM), ekologię oraz wysoką jakość (potwierdzoną m.in. certyfikatem BRC)**.
2. Dopracowanie wybranej przez Zamawiającego koncepcji do finalnej wersji logotypu.
3. Opracowanie kompleksowej księgi znaku, zawierającej szczegółowe wytyczne dotyczące stosowania nowej identyfikacji wizualnej, w tym co najmniej:
 - Geneza i znaczenie znaku.
 - Konstrukcja znaku, pole ochronne, minimalne rozmiary.
 - Wersje podstawowe, alternatywne i specjalne (monochromatyczna, achromatyczna).
 - Kolorystyka firmowa (CMYK, RGB, PANTONE, RAL).
 - Typografia firmowa (hierarchia i zastosowanie krojów pisma).
 - Zasady stosowania znaku na różnych tłach i w sąsiedztwie innych znaków.
 - Przykłady prawidłowych i niedopuszczalnych modyfikacji znaku.

- **Produkt do odbioru:**

- Logotyp w formatach wektorowych (AI, EPS, SVG) i rastrowych (JPG, PNG z przezroczystością).



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



- Pełna księga znaku w formacie PDF, przygotowana zgodnie ze standardem dostępności cyfrowej (WCAG 2.1).

Zadanie 2: Stworzenie otoczenia produktu - Key visual / brandbook dla nowej marki produktowej PREMIUM

Cel: Stworzenie od podstaw wyrazistej i atrakcyjnej tożsamości wizualnej dla nowej linii produktowej PREMIUM, która skutecznie zakomunikuje jej unikalne cechy (innowacyjność, ekologia, wydajność).

- **Zakres prac:**

1. Zaproponowanie min. 3 nazw handlowych dla nowej linii produktowej, które będą łatwe do zapamiętania i będą budzić pozytywne skojarzenia.
2. Zaprojektowanie logotypu dla wybranej nazwy (min. 3 koncepcje, dopracowanie jednej).
3. Opracowanie klucza wizualnego (Key Visual) – spójnego i elastycznego motywu graficznego, który będzie fundamentem komunikacji wizualnej produktu we wszystkich kanałach.
4. Stworzenie brandbooka dla nowej marki, zawierającego: logotyp, kolorystykę, typografię, key visual oraz przykłady jego aplikacji na kluczowych materiałach (opakowanie, baner internetowy, post w social media).

- **Produkt do odbioru:**

- Logotyp produktowy w formatach wektorowych i rastrowych.
- Brandbook produktowy w formacie PDF.
- Pliki źródłowe Key Visual w formacie otwartym.

Zadanie 3: Stworzenie projektu opakowań produktowych i transportowych

Cel: Zaprojektowanie systemu opakowań dla produktu PREMIUM, który będzie nie tylko spójny z jego identyfikacją wizualną, ale także funkcjonalny i informacyjny dla klienta końcowego.

- **Zakres prac:**

1. Opracowanie koncepcji graficznej dla opakowań jednostkowych (etykiety na rolki folii) oraz opakowań zbiorczych (kartony transportowe). Projekt musi być zgodny z brandbookiem marki PREMIUM.



2. Przedstawienie min. 3 różnych propozycji projektowych, uwzględniających czytelne przedstawienie kluczowych korzyści produktu (np. "25% cieńsza", "33% więcej folii na rolce", "100% recyklingu").
3. Dopracowanie wybranej koncepcji i przygotowanie projektów dla min. 5 różnych typów opakowań (dostosowanych do różnych rozmiarów i formatów folii).
4. Przygotowanie finalnych plików produkcyjnych (wykrojniki, siatki graficzne) gotowych do przekazania do drukarni, z uwzględnieniem specyfikacji technicznej druku fleksograficznego.

- **Produkt do odbioru:**

- Projekty graficzne opakowań w formatach otwartych (np. AI, INDD) oraz produkcyjnych (PDF).
- Wizualizacje 3D zaprojektowanych opakowań.

Zadanie 4: Zaprojektowanie nowej strony internetowej z funkcją sklepu (e-commerce)

Cel: Stworzenie centralnego narzędzia komunikacji i sprzedaży, które będzie profesjonalnie prezentować firmę ROMI oraz umożliwi sprzedaż online produktu PREMIUM, docierając do segmentu B2C.

- **Zakres prac:**

1. Opracowanie architektury informacji i projektu graficznego (UI/UX) serwisu, który będzie intuicyjny i spójny z nową identyfikacją wizualną firmy.
2. Wdrożenie serwisu w oparciu o system zarządzania treścią (CMS) typu open-source (np. WordPress z WooCommerce), umożliwiający Zamawiającemu pełną i samodzielną edycję treści.
3. Zapewnienie pełnej responsywności (RWD) oraz zgodności ze standardem WCAG 2.1 na poziomie AA oraz z wymogami ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych.
4. Stworzenie angażujących treści (copywriting) na wszystkie podstrony serwisu, w tym m.in.: O firmie (historia, misja, certyfikaty), Oferta (szczegółowy opis obecnych produktów jak taśmy, rękawy, worki), Technologia, Ekologia, Sklep (dla marki PREMIUM), Kontakt.



5. Implementacja i konfiguracja modułu sklepu internetowego, w tym integracja z systemem płatności online oraz popularnymi firmami kurierskimi.
6. Podstawowa optymalizacja SEO (meta tagi, przyjazne adresy URL, mapa strony XML, optymalizacja prędkości ładowania).
7. Instalacja i konfiguracja Google Analytics 4 oraz Google Search Console.
8. Opracowanie i wdrożenie niezbędnej dokumentacji prawnej:
 - Regulamin sklepu internetowego.
 - Polityka prywatności i cookies (zgodna z RODO).
 - Wzór formularza odstąpienia od umowy dla konsumentów.
 - Deklaracja dostępności.
9. Przeprowadzenie szkolenia dla wyznaczonych pracowników Zamawiającego z obsługi panelu administracyjnego CMS i sklepu.
10. Zamawiający dopuszcza umieszczenie sklepu internetowego na odrębnej domenie pod warunkiem połączenia (poprzez link) z główną stroną www Zamawiającego.

- **Produkt do odbioru:**

- W pełni funkcjonalny, uruchomiony serwis internetowy pod wskazanym adresem.
- Pełne dane dostępne do panelu administracyjnego CMS.
- Dokumentacja techniczna i instrukcja obsługi w formie cyfrowej.

Zadanie 5: Stworzenie materiałów marketingowych i promocyjnych

Cel: Wyposażenie działów handlowego i marketingu w zestaw profesjonalnych i spójnych materiałów wspierających sprzedaż i komunikację.

- **Zakres prac:**

1. **Materiały firmowe (zgodne z Zadaniem 1):**

- Papier firmowy (wersja do druku i edytowalny szablon .docx).
- Szablon prezentacji PowerPoint (.pptx).



- Projekt wizytówek dla pracowników.
- Projektteczki ofertowej.
- Projektteczki reklamowej.
- Projektgraficzny długopisu.
- Projektgraficzny smyczy.
- Projektgraficzny notatnika
- Projektgraficzny stopki mailowej.
- Koncepcjagraficzna newslettera.

2. Materiały promocyjne (zgodne z Zadaniem 1 i 2):

- Projekt profesjonalnego katalogu produktowego (min. 20 stron A4), prezentującego zarówno ofertę B2B, jak i nowy produkt PREMIUM.
- Projekt ulotki firmowej (wizerunkowej) i produktowej (dla marki PREMIUM).
- Zestaw edytowalnych szablonów grafik do mediów społecznościowych (np. w formacie Canva lub PSD).

• Produkt do odbioru:

- Projekty wszystkich materiałów w formatach edytowalnych oraz gotowych do druku (PDF).

Zadanie 6: Stworzenie i konfiguracja profili w mediach społecznościowych

Cel: Zbudowanie platformy do aktywnej komunikacji z rynkiem, budowania społeczności wokół marki oraz wspierania działań sprzedażowych.

• Zakres prac:

1. Założenie, konfiguracja i optymalizacja profili firmowych na platformach: **Facebook**, **Instagram** (komunikacja B2C i budowanie marki PREMIUM), **LinkedIn** (komunikacja B2B, employer branding), **YouTube** (prezentacje produktowe, poradniki).
2. **Własność i dostęp do kont:** Wszystkie profile i konta muszą być zakładane na adres e-mail wskazany przez Zamawiającego i stanowić jego wyłączną



własność. Po założeniu kont, Zamawiający nada Wykonawcy odpowiednie uprawnienia (np. administratora, redaktora) niezbędne do realizacji zadań.

3. Opracowanie zwięzłej strategii komunikacji dla każdego z kanałów, definiującej: grupy docelowe, kluczowe przekazy, ton komunikacji, typy treści i częstotliwość publikacji.
4. Przygotowanie i opublikowanie pakietu startowego treści (min. 10 angażujących postów na każdy kanał), w tym stworzenie niezbędnych materiałów graficznych i wideo (krótkie formy).
5. Przygotowanie informacji o uruchomieniu profili w celu dystrybucji do obecnych klientów.

- **Produkt do odbioru:**

- W pełni skonfigurowane i aktywne profile w mediach społecznościowych z przekazaniem pełnych uprawnień administracyjnych.
- Dokument strategii komunikacji w mediach społecznościowych.
- Zestaw szablonów graficznych do dalszego wykorzystania.

Zadanie 7: Zaprojektowanie i przeprowadzenie pilotażowej kampanii digital

Cel: Weryfikacja skuteczności płatnych kanałów promocji (PPC) w celu wygenerowania początkowej widoczności, ruchu na nowej stronie internetowej oraz zebranie danych do planowania przyszłych, długoterminowych działań marketingowych.

- **Zakres prac:**

1. **Etap I – Planowanie:**

- Opracowanie szczegółowego planu kampanii, zawierającego: cele (świadomościowe, ruch, konwersje), precyzyjnie zdefiniowane grupy docelowe (demografia, zainteresowania, zachowania), dobór kanałów (Google Ads, Meta Ads: Facebook & Instagram), harmonogram działań oraz propozycję alokacji budżetu mediowego.
- Opracowanie koncepcji kreatywnych i kluczowych przekazów reklamowych.
- Przygotowanie wytycznych technicznych dotyczących konfiguracji śledzenia konwersji.

2. **Etap II – Wdrożenie:**



- Stworzenie kreacji reklamowych: tekstów, grafik, banerów displayowych, ewentualnie krótkich form wideo.
- Techniczna konfiguracja i uruchomienie kampanii w systemach reklamowych Google Ads i Meta Ads.

3. Etap III – Monitoring i optymalizacja:

- Prowadzenie kampanii przez okres **3 miesięcy**.
- Bieżąca analiza wyników i systematyczna optymalizacja kampanii (stawek, budżetów, kreacji, grup docelowych) w celu maksymalizacji wskaźników efektywności (KPI).

4. Etap IV – Ewaluacja i raportowanie:

- Przygotowanie raportu końcowego zawierającego szczegółową analizę osiągniętych wyników w odniesieniu do założonych KPI.
- Opracowanie wniosków i strategicznych rekomendacji dotyczących przyszłych działań digital marketingowych.

• Kluczowe Wskaźniki Efektywności (KPI) do osiągnięcia w trakcie 3-miesięcznej kampanii:

○ Rynek polski (fokus B2C/B2B):

- Google Ads: min. 3500 kliknięć, min. 60 000 wyświetleń.
- Meta Ads: min. 14 000 kliknięć, min. 900 000 wyświetleń.

○ Rynek zagraniczny (Czechy, fokus B2B):

- Google Ads: min. 2000 kliknięć, min. 33 000 wyświetleń.

- **Uwaga:** Budżet mediowy (koszty emisji reklam) jest kosztem bieżącym i zostanie pokryty przez Zamawiającego ze środków własnych, poza zakresem niniejszego zamówienia.

• Produkt do odbioru:

- Dokument planu kampanii (PDF).
- Dostęp do skonfigurowanych kampanii w panelach reklamowych.
- Raport końcowy z analizą, wnioskami i rekomendacjami (PDF).

3. Warunki Realizacji i Odbioru



1. Wykonawca zobowiązany jest do ścisłej, bieżącej współpracy z Zamawiającym oraz wyznaczonym zespołem projektowym na każdym etapie realizacji zamówienia.
2. Wszystkie projekty graficzne, strategie i treści podlegają akceptacji Zamawiającego. Wykonawca uwzględni w swojej ofercie czas na wprowadzenie do 2 tur poprawek na każdym etapie projektowym.
3. Wykonawca, z chwilą odbioru końcowego, przeniesie na Zamawiającego pełne, nieograniczone czasowo i terytorialnie, autorskie prawa majątkowe do wszystkich utworów powstałych w ramach realizacji zamówienia na wszystkich znanych polach eksploatacji, w tym w szczególności do ich modyfikacji i dalszego rozpowszechniania.
4. Odbiór poszczególnych zadań oraz całości zamówienia będzie potwierdzany protokołami zdawczo-odbiorczymi.

4. Ramowy Harmonogram Realizacji Zamówienia

Całkowity czas na realizację zamówienia nie może przekroczyć **300 dni kalendarzowych** od dnia zawarcia umowy. Zamówienie zostanie podzielone na siedem etapów, a płatności będą realizowane po odbiorze każdego z nich zgodnie z ofertą wykonawcy.

Etap	Zadanie	Szacowany czas trwania (od dnia zawarcia umowy)	Produkt do odbioru (potwierdzony protokołem zdawczo-odbiorczym)
I	Zadanie 1: Korekta logo i księga znaku ROMI	do 30. dnia	Finalne pliki logotypu ROMI i księga znaku.
II	Zadanie 2: Stworzenie otoczenia produktu - Key visual / brandbook PREMIUM	do 60. dnia	Finalne pliki logotypu PREMIUM, brandbook produktowy i pliki Key Visual.
III	Zadanie 3: Stworzenie projektu opakowań produktowych i transportowych	do 90. dnia	Finalne projekty graficzne opakowań gotowe do druku.



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



IV	Zadanie 5: Stworzenie materiałów marketingowych i promocyjnych	do 120. dnia	Kompletny zestaw finalnych projektów materiałów firmowych i promocyjnych.
V	Zadanie 6: Stworzenie i konfiguracja profili w mediach społecznościowych	do 150. dnia	Skonfigurowane i aktywne profile w mediach społecznościowych wraz ze strategią komunikacji.
VI	Zadanie 4: Zaprojektowanie i wdrożenie strony internetowej z e-commerce	do 210. dnia	Uruchomiona i w pełni funkcjonalna strona internetowa wraz z dokumentacją.
VII	Zadanie 7: Zaprojektowanie i przeprowadzenie pilotażowej kampanii digital	do 300. dnia	Raport końcowy z 3-miesięcznej kampanii zawierający analizę, wnioski i rekomendacje.