**Załącznik nr 2 do OPZ**

**Opracowanie szczegółowej koncepcji kampanii**

Wykonawca przygotuje szczegółową koncepcję Kampanii, zawierającą:

1. Szczegółową koncepcję strategiczną, uwzględniającą następujące elementy:
	1. Analiza psychograficzna i demograficzna komunikacyjnej grupy docelowej Kampanii w zakresie identyfikacji barier poznawczych odnośnie tematu wiodącego Kampanii oraz wskazanie motywacji, oczekiwań i przekonań skłaniających do podejmowania działań na rzecz dążenia do neutralności klimatycznej,
	2. Opis głównych założeń Kampanii, w tym planowanych rezultatów,
	3. Strategię komunikacji z odbiorcami Kampanii (w tym z grupami wskazanymi w części IV) biorącą pod uwagę określone przez Zamawiającego działania do zrealizowania w ramach Kampanii (kanały komunikacji) – wraz z uzasadnieniem tej strategii.
2. Szczegółową koncepcję kreatywną, uwzględniającą następujące elementy:
	1. Opracowany główny przekaz Kampanii wraz z uzasadnieniem (opis głównych założeń kreacyjnych, w tym hasła przewodniego kampanii, elementów graficznych, ścieżki dźwiękowej *(jeśli dotyczy)*),
	2. Opracowanie wszystkich scenariuszy i scenorysów / storyboardów (jeśli dotyczy) spotów reklamowych (TV i radiowych) oraz innych projektów – w tym graficznych,
	3. Spójny Key Visual dla wszystkich elementów – działań w ramach Kampanii, w tym, m.in.: logotyp, slogan kampanii; szablony graficzne, typograficzne; inne projekty graficzne materiałów wykorzystywanych w ramach Kampanii.
3. Szczegółowy media plan, uwzględniający następujące elementy:
	1. Szczegółowy harmonogram wykorzystania poszczególnych kanałów komunikacji według określonych przez Zamawiającego działań do zrealizowania w ramach Kampanii,
	2. Szczegółowy media plan w zakresie kampanii internetowej wraz ze wskaźnikami obliczonymi dla mediowych/internetowych grup docelowych (deklarowaną minimalną wielkość współczynnika klikalności (CTR)).