



Warszawa, dnia 27.10.2022 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 2/2022

w związku z realizacją projektu nr MAZOWSZE/0061/19-01

pn.: „Opracowanie Scaletrender – systemu optymalizującego płatną komunikację w wysoce skalowalnych platformach reklamowych, w oparciu o udoskonalone algorytmy uczenia ze wzmacnianiem i metody Bayesowskie działające w środowisku z ograniczoną ilością danych” w ramach konkursu „Ścieżka dla Mazowsza”

I. NAZWA ORAZ ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

SmartNet Research & Solutions Sp. z o.o.
Ul. Wołodyjowskiego 46
02-724 Warszawa
NIP: 701-030-66-55
tel: 22 415 23 33
www.: www.sotrender.com

Osoby uprawnione przez Zamawiającego do kontaktu:

Marcin Rybiński
tel. kom.: 500 410 989
e-mail: m.rybinski@sotrender.com

II. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

Niniejsze postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest w trybie zapytania ofertowego zgodnie z zapisami umowy dofinansowania projektu paragraf 10 pkt. 6.

III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. **Rodzaj zamówienia:** usługi marketingowe
2. **Nazwa i kod wg Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):**
79000000-4 - Usługi biznesowe

1. Przedmiot zamówienia:

Przeprowadzenie eksperymentalnych kampanii reklamowych w ekosystemie Meta zgodnie ze scenariuszem dostarczonym przez Zamawiającego.

Kampanie powinny być prowadzone na profilach firm marek i produktów zarządzanych przez Oferenta i w oparciu o przygotowane przez niego treści reklamowe, według wytycznych generowanych przez narzędzie do optymalizacji działań reklamowych przygotowywane przez Zamawiającego. Wytyczne te dotyczyć będą: platform (Facebook, Instagram, Messenger, Facebook Audience Network); umiejscowienia reklamy; grupy docelowej (demografii, zainteresowań użytkowników); treści reklamy. Celem Zamawiającego jest przetestowanie rekomendacji generowanych przez modele AI, poprzez porównanie efektywności kampanii zoptymalizowanych z kampaniami oryginalnymi działającymi równoległe w tym samym czasie. Zamawiający będzie pokrywał tylko część budżetu kampanii eksperymentalnych.



2. Specyfikacja techniczna:

- platforma: Ekosystem reklamowy Meta (dawniej Facebook Ads)
- cele kampanii: Awareness, Traffic, Consideration, Engagement
- minimalny czas trwania kampanii w zależności od celu kampanii: Awareness: 4 dni, Consideration: 7 dni, Traffic: 7 dni, Engagement: 7 dni
- reklamy nie mogą należeć do kategorii reklam specjalnych, tj. dotyczących kredytów, zatrudnienia, mieszkań oraz kwestii społecznych, wyborów lub polityki;
- konto reklamowe musi być rozliczane w walutach PLN, EUR, USD, GBP lub AUD.
- minimalny budżet przeznaczony na jedną reklamę w zależności od celu kampanii: Awareness - 100 zł, Consideration - 200 zł, Traffic - 200 zł, Engagement - 150 zł
- aby mieć większą kontrolę nad budżetem i wydatkami, zachęcamy Wykonawców aby planowane do optymalizacji kampanie tworzyć w schemacie 1 kampania = 1 zestaw reklam = 1 reklama.

Przykłady wyznaczenia budżetu kampanii zawierającej więcej niż jedną reklamę:

- 1) kampania z celem Awareness, w skład której wchodzi 1 zestaw reklam z 5 reklamami, musi mieć budżet lifetime ustawiony na poziomie kampanii lub zestawu reklam w wysokości minimum 500 zł.
- 2) kampania z celem Traffic, w skład której wchodzi 2 zestawy reklam odpowiednio z 2 i 4 reklamami musi mieć budżet lifetime ustawiony na poziomie kampanii w wysokości 1200 zł lub budżet lifetime 1-go zestawu reklam w wysokości 400 zł i 2-go w wysokości 800 zł.

3. Szczegóły zamówienia

- Oferta składana przez Wykonawcę powinna zawierać informację o oczekiwanym, procentowym udziale w kosztach kampanii ze strony Zamawiającego (szczegóły wyznaczania udziału znajdują się w tabelce z kryteriami oceny ofert na stronie 5) oraz o liczbie reklam do których zostanie zastosowana optymalizacja, przy czym wymaganą, minimalną liczbą reklam do optymalizacji jest 10.
- Oferent może złożyć tylko jedną ofertę, przy czym oferta może dotyczyć reklam z dowolnych kont reklamowych.
- Rozliczenie nastąpi na podstawie prawidłowo wystawionej faktury VAT na Zamawiającego, uwzględniając faktycznie zrealizowane koszty kampanii eksperymentalnych i zadeklarowany procent dofinansowania, z zastrzeżeniem, że sumaryczny budżet, jaki Zamawiający przeznaczy na realizację testów na kontach reklamowych Wykonawcy, nie może przekraczać 4 000 zł netto.
- Zamawiający pokrywa koszty prowadzenia eksperymentalnych kampanii jedynie do wysokości procentowego udziału, który został zadeklarowany w ofercie lub kwoty minimalnego wymaganego budżetu (do mniejszej z tych kwot). To znaczy, finansowanie pojedynczej reklamy nie będzie wynosiło więcej niż 100 zł dla kampanii Awareness, 200 zł dla Consideration lub Traffic, 150 zł dla Engagement.

Dla przykładu:

Wykonawca zadeklarował 50% udział dofinansowania ze strony Zamawiającego. Kampania z celem Traffic ma w swojej strukturze 3 reklamy. Budżet lifetime na poziomie kampanii został ustalony w wysokości 2000 zł. Po zakończeniu kampanii struktura faktycznych wydatków na tych reklamach kształtuje się następująco:

1 reklama: 100 zł - Zamawiający finansuje 50% = 50 zł

2 reklama: 400 zł - Zamawiający finansuje 50% = 200 zł

3 reklama: 1000 zł - Zamawiający finansuje 50%, jednakże finansowanie pojedynczej reklamy nie wynosi więcej niż kwota minimalnego budżetu (w przypadku kampanii Traffic jest to 200 zł), zatem finalne dofinansowanie ze strony Zamawiającego wynosi 200 zł.

Łączna kwota poniesionych wydatków 1500 zł, z czego 1050 zł zostanie sfinansowana przez Wykonawcę, a kwota dofinansowania ze strony Zamawiającego wyniesie 450 zł.

Aby mieć większą kontrolę nad budżetem i wydatkami, zachęcamy Wykonawców aby planowane do optymalizacji kampanie tworzyć w schemacie 1 kampania = 1 zestaw reklam = 1 reklama.



4. W ramach zamówienia z wyłonionym Wykonawcą przewiduje się następujące działania:

- Wykonawca będzie samodzielnie zarządzał własnymi kampaniami reklamowymi w ekosystemie Meta, skierowanymi do określonych grup docelowych,
- Wykonawca przed rozpoczęciem projektu i na cały okres jego trwania, doda (autoryzuje) konta reklamowe i profile społecznościowe, którymi zarządza, do narzędzia Sotrender Ads,
- Na podstawie rekomendacji generowanych przez narzędzie dostarczone przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązuje się do uruchomienia nowej kampanii eksperymentalnej startującej w tym samym momencie co kampania oryginalna. Oryginalna kampania jak i zoptymalizowana będą działały jednocześnie, w tym samym czasie.
- Wykonawca zobowiązuje się samodzielnie zarządzać budżetem i realizować płatności wobec Meta,
- Wykonawca dopilnuje nieprzekroczenia wysokości założonego budżetu kampanii,
- Wykonawca zobowiązuje się wyłączyć kampanię w terminie zakończenia umowy lub w momencie osiągnięcia wysokości założonego budżetu kampanii,
- Zamawiający ma prawo do monitoringu prawidłowego przebiegu kampanii,
- Wykonawca zobowiązuje się - udzielić informacji zwrotnej o jakości narzędzia i generowanych propozycji optymalizacji kampanii w ankiecie i rozmowie ewaluacyjnej.

5. Termin realizacji zamówienia:

Zamówienie będzie realizowane w okresie do 16 grudnia 2022 roku, z zastrzeżeniem możliwości zmiany terminu przez Zamawiającego.

IV PODSTAWY WYKLUCZENIA WYKONAWCY Z UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

1. Z udziału w postępowaniu ofertowym wykluczeni są Wykonawcy, w stosunku do których zachodzą powiązania kapitałowe lub osobowe, przez co rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przeprowadzeniem procedury wyboru Wykonawcy a Wykonawcą, polegające w szczególności na:
 - a) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
 - b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
 - c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - d) pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.
2. W celu wykazania braku istnienia podstaw wykluczenia z postępowania o udzielenie przedmiotowego zamówienia, o których mowa w pkt 1 powyżej, Wykonawca powinien wraz z ofertą złożyć Oświadczenie własne zgodnie z wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do Zapytania Ofertowego „Oświadczenie o braku powiązań z Zamawiającym”
3. Ofertę Wykonawcy wykluczonego uważa się za odrzuconą.

V. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Oferta składana przez Wykonawcę powinna być sporządzona na formularzu stanowiącym Załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego „Formularz oferty”.
2. Treść złożonej oferty musi odpowiadać treści Zapytania ofertowego. Zamawiający zaleca wykorzystanie formularzy przekazanych przez Zamawiającego. Dopuszcza się złożenie w ofercie załączników opracowanych przez Wykonawcę, pod warunkiem, że będą one zgodne co do treści z formularzami opracowanymi przez Zamawiającego.



3. Oferty należy sporządzić w języku polskim.
4. Oferta i załączniki do oferty muszą być podpisane.
5. Zamawiający zaleca, aby każda zapisana strona oferty (wraz z załącznikami do oferty) była ponumerowana kolejnymi numerami.
6. Do wypełnionego Formularza oferty należy dołączyć:
 - a) Oświadczenie o braku powiązań z Zamawiającym zgodnie z wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do Zapytania Ofertowego;
 - b) Aktualny na dzień składania ofert odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej (nie dotyczy Wykonawców będących osobami fizycznymi oraz podmiotów zarejestrowanych z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG) i Krajowym Rejestrze Sądowym (KRS).
7. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
8. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

VI. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTA

1. Wykonawca pozostaje związany ofertą przez okres 30 dni.
2. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

VII. MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Oferty stanowiące odpowiedź mogą być złożone:
 - a. **elektronicznie na adres: m.radomska@sotrender.com**
2. Termin nadsyłania ofert upływa dnia **08.11.2022 roku o godz 12:00**.
3. W przypadku ofert przesłanych pocztą elektroniczną w tytule maila należy wpisać „Zapytanie Ofertowe nr 2/2022”, a oferta wraz z wymaganymi załącznikami musi być przesłana w formie skanu podpisanej oferty.
4. Za termin złożenia oferty rozumie się termin jej otrzymania na adres poczty elektronicznej wskazany w pkt. 1 powyżej.
5. Oferta złożona po terminie nie będzie rozpatrywana.
6. Zamawiający zastrzega sobie możliwość wydłużenia terminu składania ofert.

Każdorazowo zamieści stosowną informację na stronie <https://www.sotrender.com/pl/przetargi-i-projekty>

IX. MIEJSCE I TERMIN OTWARCIA OFERT

1. Otwarcie ofert nastąpi dnia **08.11.2022 o godz. 12:00**

X. KRYTERIA OCENY OFERT ORAZ SPOSÓB PRZEPROWADZENIA OCENY

1. Oferty Wykonawców spełniających warunki udziału w postępowaniu określone w punkcie III. niniejszego Zapytania Ofertowego oraz nie podlegające wykluczeniu zgodnie z punktem IV. niniejszego Zapytania Ofertowego zostaną ocenione według następujących kryteriów:

KRYTERIUM OCENY OFERT	WAGA PUNKTOWA	OPIS SPOSOBU PRYZNAWANIA PUNKTACJI
% udział dofinansowania Zamawiającego w kosztach reklam, dla których będą zastosowane rekomendacje	100	$K1 = (100 - \% \text{ udziału dofinansowania Zleceniodawcy})$



Przykład wyznaczenia %-go udziału dofinansowania Zamawiającego, z perspektywy Wykonawcy:

Przy 10 %-wym udziale dofinansowania Zleceniodawcy = 90 punktów

Przy 90 %-wym udział dofinansowania Zleceniodawcy = 10 punktów

Przy 100 %-wym udział dofinansowania Zleceniodawcy = 0 punktów

UWAGA: Może się zdarzyć, że Zamawiający będzie pokrywał mniejszą niż zadeklarowany przez Wykonawcę procent kosztów kampanii. Wynika to z ustalenia maksymalnych kosztów pojedynczej reklamy pokrywanych przez Zamawiającego. Zostało to dokładniej opisane w Opisie Przedmiotu Zamówienia na stronie 2.

2. Oferta może otrzymać maksymalnie 100 punktów.
3. Punktacja używana jest do wybrania najlepszych czterech ofert.
4. Oferty z liczbą punktów 0 są rozpatrywane.
5. Punktacja będzie zaokrąglana w górę do dwóch miejsc po przecinku.
6. Za najkorzystniejsze ekonomicznie i jakościowo oferty zostaną uznane cztery oferty, które spełnią wszystkie warunki udziału w postępowaniu, nie podlegają wykluczeniu oraz w toku oceny uzyskają największą liczbę punktów.
7. Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy we wskazanym terminie złożyli oferty, ale zawierają one braki lub też złożyli dokumenty i oświadczenia zawierające błędy do ich korekty/uzupełnienia/wyjaśnień, wyznaczając w tym celu odpowiedni termin oraz wskazując zakres wymaganych korekt/uzupełnień. Niedotrzymanie wskazanego terminu będzie skutkowało odrzuceniem oferty. Korektom oraz uzupełnieniom podlegają jedynie braki lub błędy o charakterze formalnym. Nie dopuszcza się możliwości zmiany warunków złożonej oferty.
8. W przypadku, gdy dwie lub więcej ofert uzyska tyle samo punktów i Zamawiający nie będzie mógł dokonać wyboru najkorzystniejszych ofert, wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia ofert dodatkowych. Wykonawcy składający oferty dodatkowe nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w pierwotnie złożonych ofertach.
9. Zamawiający zamieści informację o wyniku postępowania na stronie internetowej <https://www.sotrender.com/pl/> nie później niż w terminie 5 dni roboczych od dnia upływu terminu na składanie ofert z zastrzeżeniem, iż w przypadku konieczności korekty/uzupełnienia/ wyjaśnienia otrzymanych ofert termin 5 dni roboczych liczony będzie od wyznaczonego przez Zamawiającego terminu na dostanie korekt/uzupełnień/wyjaśnień.
10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania, jeżeli nie złożono żadnej oferty niepodlegającej odrzuceniu; cena najkorzystniejszej oferty przekracza możliwości finansowe Zamawiającego; postępowanie jest obciążone istotną wadą; w wyniku zmiany obiektywnych warunków, realizacja zamówienia nie leży w interesie Zamawiającego. Wykonawcom nie przysługują żadne roszczenia względem Zamawiającego w przypadku skorzystania przez niego z któregośkolwiek z uprawnień wskazanych w zdaniu poprzednim.

X. WYJAŚNIENIA TREŚCI ZAPYTANIA OFERTOWEGO ORAZ SPOSÓB POROZUMIEWANIA SIĘ ZAMAWIAJĄCEGO Z WYKONAWCAMI

1. Wykonawca może zwrócić się na piśmie do Zamawiającego z wnioskiem o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego. Zamawiający udzieli wyjaśnień nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści Zapytania wpłynie do niego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego wpłynie do Zamawiającego w terminie późniejszym lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień albo pozostawić wniosek bez rozpoznania.
2. Zamawiający zamieści treść wyjaśnień na stronie [www https://www.sotrender.com/pl](https://www.sotrender.com/pl). Wyjaśnienia stanowiąc będą integralną część Zapytania.
3. Pytania należy przysyłać mailem na adresy zgodnie z informacją w pkt I. Każda ze Stron jest zobowiązana na żądanie drugiej Strony niezwłocznie potwierdzić fakt ich otrzymania.



4. Zamawiający, w szczególności uzasadnionych przypadkach, zastrzega sobie w każdym czasie przed upływem terminu składania ofert, prawo wprowadzenia zmiany lub uzupełnienia Zapytania ofertowego. W przypadku wprowadzenia takiej zmiany lub uzupełnienia, informacja o tym fakcie zostanie niezwłocznie zamieszczona na stronie [www https://www.sotrender.com/pl](https://www.sotrender.com/pl).
5. W przypadku, gdy zmiana Zapytania Ofertowego powodować będzie konieczność modyfikacji ofert, Zamawiający w trybie opisanym w pkt 4 przedłuży jednocześnie termin składania ofert.

XI. FORMALNOŚCI ZWIĄZANE Z PODPISANIEM UMOWY

1. Z wybranym Wykonawcą zawarta zostanie umowa na wykonanie przedmiotu zamówienia.
2. Zamawiający powiadomi wybranego Wykonawcę o miejscu i terminie podpisania umowy.
3. Umowa musi zawierać wszystkie uwarunkowania wynikające ze złożonej oferty.
4. W przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy Zamawiający może wybrać kolejną najkorzystniejszą ofertę spośród pozostałych ofert bez przeprowadzania ich ponownego badania i oceny.

XII. WARUNKI ZMIANY UMOWY ZAWARTEJ W WYNIKU PRZEPROWADZONEGO POSTĘPOWANIA O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany umowy zawartej z wybranym w toku postępowania Wykonawcą, w przypadku wystąpienia co najmniej jednej z okoliczności wymienionych poniżej, z uwzględnieniem podawanych warunków ich wprowadzenia:
 - a) Termin bądź zakres realizacji przedmiotu umowy może ulec zmianie w następujących sytuacjach:
 - i. W przypadku wystąpienia okoliczności niezależnych od Wykonawcy, na jego uzasadniony wniosek, pod warunkiem, że zmiana ta wynika z okoliczności, których Wykonawca nie mógł przewidzieć na etapie składania oferty i nie jest przez niego zawiniona;
 - ii. Wystąpienia okoliczności, których obiektywnie nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy;
 - iii. W przypadku zawinonego przez Zamawiającego nieprzekazania Wykonawcy dokumentów niezbędnych do wykonania przedmiotu umowy, o ile Zamawiający zobowiązany był do przekazania takich dokumentów Wykonawcy;
 - iv. Zawieszenia zleconych usług przez Zamawiającego z powodów wystąpienia przyczyn technicznych lub organizacyjnych okresowo uniemożliwiających kontynuowanie wykonywania przedmiotu umowy, o czas zawieszenia. O zawieszeniu badań Zamawiający powiadomi Wykonawcę wskazując przyczynę zawieszenia;
 - v. Konieczność zrealizowania zleconych prac przy zastosowaniu innych rozwiązań technicznych/technologicznych, materiałowych lub narzędzi niż wskazane w ofercie, w sytuacji, gdyby zastosowanie przewidzianych rozwiązań groziło niewykonaniem lub wadliwym wykonaniem umowy.
 - b) Wynagrodzenie Wykonawcy określone w umowie może ulec zmianom w następujących przypadkach:
 - i. Zmiana obowiązującej stawki VAT – jeśli zmiana stawki VAT będzie powodować zmianę kosztów wykonania umowy po stronie Wykonawcy, Zamawiający dopuszcza możliwość zwiększenia/zmniejszenia wynagrodzenia o kwotę równą różnicy w kwocie podatku zapłaconego przez Wykonawcę;
 - ii. Rezygnacja z części usług, których wykonanie nie będzie konieczne lub będzie bezcelowe, w przypadku zaistnienia okoliczności, których nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy – o wartość niewykonanych usług.
 - iii. Konieczność zrealizowania zleconych usług przy zastosowaniu innych rozwiązań technicznych/technologicznych lub narzędzi niż wskazane w ofercie w sytuacji, gdyby zastosowanie przewidzianych rozwiązań groziło niewykonaniem lub wadliwym wykonaniem umowy.
 - c) Inne zmiany:
 - i. W przypadku zmiany regulacji prawnych obowiązujących w dniu podpisania umowy z Wykonawcą, który będzie wnosił nowe wymagania co do sposobu realizacji jakiegokolwiek tematu ujętego



- przedmiotem zamówienia pod warunkiem, że nie będzie to związane ze zmianą zakresu i wartości przedmiotu zamówienia;
- ii. Biorąc pod uwagę etapowość Projektu Zamawiającego oraz konieczność osiągnięcia przez Zamawiającego konkretnych wyników po ukończeniu każdego z nich, Zamawiający zastrzega iż po każdym etapie projekt może zostać przerwany (nieosiągnięcie zakładanych rezultatów danego etapu), a współpraca z Wykonawcą zakończona.
 - iii. W przypadku otrzymania decyzji od Narodowego Centrum Badań i Rozwoju zawierającej zmiany zakresu zadań, terminów realizacji czy też ustalającej dodatkowe postanowienia, do których Zamawiający zostanie zobowiązany.
2. Warunki zmian:
- a) Inicjowanie zmian – na wniosek Wykonawcy lub Zamawiającego;
 - b) Uzasadnienie zmian – prawidłowa realizacja przedmiotu umowy, obniżenie kosztów, zapewnienie optymalnych parametrów technicznych i jakościowych;
 - c) Forma zmian – aneks do umowy z Wykonawcą w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

XIII. PRZEBIEG TESTÓW

1. Jeśli nie masz konta w naszej aplikacji Sotrender Ads, zakładasz konto i dodajesz autoryzacje do kont reklamowych, na których chcesz optymalizować kampanie.
2. Na czas testów dostajesz dostęp do naszej aplikacji Sotrender Ads (analiza i raportowanie kampanii) oraz do specjalnej platformy testowej, na której nasz model AI generuje rekomendacje dla Twoich kampanii.
3. Na czas testów wyznaczasz jedną osobę (Ty lub Twój pracownik), odpowiedzialną za kontakt z nami (e-mail oraz telefon). Ta osoba będzie reagowała na nasze ewentualne prośby i zapytania w trakcie testów oraz monitorowała przebieg kampanii.
4. Informujesz nas o planowanym uruchomieniu kampanii z minimum 3 dniowym wyprzedzeniem.
5. Następnego dnia wchodzisz na naszą platformę testową i otrzymujesz od nas rekomendacje jakie należy wdrożyć.
6. Duplikujesz oryginalne kampanie i wprowadzasz na niej zmiany zgodnie z wygenerowanymi dla Ciebie rekomendacjami. Następnie zmieniasz nazwę zduplikowanej kampanii zgodnie z naszymi sugestiami, aby łatwiej je rozróżnić.
7. Chcemy aby zduplikowane kampanie miały strukturę 1 zestawu reklam tylko z 1 reklamą która została poddana optymalizacji, dlatego zostaniesz poproszony o usunięcie pozostałych reklam ze zduplikowanej kampanii.
8. Wysokość budżet ustawionego na zoptymalizowanej kampanii będzie zależeć od budżetu na oryginalnej kampanii i ilości reklam. Przykład:
Optymalizujemy reklamy z kampanii na której budżet lifetime na poziomie kampanii wynosił 1000 zł, a w jej skład wchodzi 5 reklam. W efekcie optymalizacji wszystkich 5 reklam, powstanie 5 kampanii eksperymentalnych w schemacie 1 zestaw reklam i 1 reklama z budżetem lifetime ustawionym na poziomie kampanii w wysokości 200 zł (1000 zł dzielone przez 5 reklam).
9. Równoległe włączasz oryginalne i eksperymentalne kampanie.
10. Nie wyłączasz oryginalnych, działających kampanii! Nowe, zduplikowane kampanie jak i oryginalne muszą działać równoległe w tym samym czasie.
11. Kończysz kampanie eksperymentalną w założonym terminie w jakim oryginalna kampania miała się zakończyć.
12. Maksymalnie 2 tygodnie po zakończeniu testów umawiasz się z nami na krótką rozmowę (ok. 30 minut) oraz wypełniasz przesłaną ankietę.