



Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego nr 1/12/2017

Specyfikacja do oferty dotyczy projektu pt.:

„SC Beauty internacjonalizacja działań firmy w celu wzmocnienia pozycji na rynkach wschodnich”

W ramach realizacji projektu PROGRAMU OPERACYJNEGO Inteligentny Rozwój 2014-2020, w ramach poddziałania 3.3.3 Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych GO TO BRAND.

I. Szczegółowy zakres prac dotyczących przygotowania strony internetowej dostosowanej do preferencji klientów dalekowschodnich:

1. Technologia wykonania strony internetowej musi pozwalać na jej rozbudowę oraz na tworzenie dodatkowych modułów w przyszłości.
2. Strona musi spełniać wymogi bezpieczeństwa uniemożliwiając ingerencję w jej treść osób nieupoważnionych.
3. Strona internetowa musi umożliwiać prawidłowe działanie dla użytkowników następujących przeglądarek internetowych:
 - Microsoft Internet Explorer (od wersji 7 i wyżej),
 - Mozilla Firefox (od wersji 3.5 i wyżej),
 - Opera (od wersji 9.6 i wyżej),
 - Google Chrome (od wersji 5.0 i wyżej),
 - Safari (od wersji 5.0 i wyżej).

W przypadku użytkowników korzystających ze starszych przeglądarek na stronie powinien wyświetlić się komunikat o sposobie poprawnego wyświetlania portalu oraz wersji przeglądarek, do których strona internetowa jest zoptymalizowana.

4. Strona internetowa musi zostać zaprojektowana, zoptymalizowana i wdrożona zapewniając jej dobrą indeksowalność przez wyszukiwarki internetowe w tym: google, yahoo!,bing.
5. Wymagana jest konstrukcja strony internetowej w oparciu o system zarządzania treścią (CMS - Content Management System) w pełni zarządzana przez panel administracyjny.
6. Utworzenie strony internetowej nie może się wiązać z opłatami licencyjnymi oraz innymi kosztami związanymi z zakupieniem dodatkowego oprogramowania umożliwiającego jej

poprawne działanie lub umożliwiające poprawne zarządzanie systemem wprowadzania treści.

7. System Zarządzania Treścią musi być wyposażony w polski system graficznej edycji treści stron internetowych umożliwiający wygodną edycję tekstów, elementów graficznych, wstawianie i formatowanie tabel, kontrolę linków do stron wewnętrznych, kontrolę nad strukturą serwisu podczas tworzenia stron www. Każda strona edytowana może zawierać moduły edytowane przy pomocy „tradycyjnych” formularzy.
8. CMS musi umożliwiać m.in. samodzielne:
 - dodawanie, edytowanie, usuwanie całych podstron,
 - zamieszczanie, usuwanie zdjęć,
 - dodawanie, edytowanie, usuwanie tekstów,
 - zamieszczanie, usuwanie plików do pobrania.

Dodatkowo CMS powinien umożliwiać obejrzenie przedmiotowej podstrony przed jej ostateczną publikacją;

9. System zarządzania treścią musi zapewniać zróżnicowany poziom uprawnień dostępu do strony na co najmniej dwóch poziomach:
 - Administrator – osoba odpowiedzialna za zarządzanie całym systemem, w tym tworzenie, edytowanie, usuwanie, publikowanie treści, grafik, załączników, działów, podstron, dodawanie i usuwanie użytkowników i nadawanie im praw dostępu, dodawanie podstron.
 - Redaktor – osoba odpowiedzialna za tworzenie, edytowanie, usuwanie, publikowanie treści, grafik, załączników na określonych podstronach.
10. System zarządzania treścią musi posiadać wbudowany edytor typu WYSIWIG do formatowania treści (posiadający co najmniej trzy tryby: edycyjny, tryb podglądu HTML, tryb podglądu strony-preview). Wszelkie operacje na treści artykułów powinny być przeprowadzane za pośrednictwem tego edytora. Edytor powinien umożliwiać swobodne osadzanie plików (artykułów, dokumentów, plików, zdjęć, formularzy, itd.) w treści strony bez znajomości kodu języków skryptowych oraz bez konieczności wpisywania ścieżek do dokumentów ulokowanych na lokalnym systemie plików.
11. System zarządzania treścią musi posiadać możliwość wyboru przez administratora dowolnej konfiguracji wyświetlania na stronie artykułów w danym dziale (datami: rosnąco i malejąco, wg priorytetu, alfabetycznie) oraz być przeszukiwalny według różnych kryteriów, m.in. nazwy pliku, tytułu, daty, godziny, ID artykułu.
12. Strona internetowa ma umożliwiać łatwą aktualizację i możliwość uzupełniania danych przez pracowników Zamawiającego.
13. Strona internetowa musi umożliwiać łatwą rozbudowę struktury oraz posiadać możliwość

dodania/zmiany/skasowania sekcji/kategorii/artykułu.

14. Strona internetowa musi dawać możliwość nadawania uprawnień do dowolnej gałęzi struktury dla poszczególnych użytkowników lub grup użytkowników.
15. Strona internetowa musi wspierać tworzenie i obsługę formularzy, w tym obsługujących załączanie plików z komputera użytkownika.
16. Tagowanie elementów serwisu musi umożliwić użytkownikowi szybki wybór interesujących go informacji np. grafika opisana kilkoma charakteryzującymi ją słowami może zostać odnaleziona na podstawie jednego z tych słów.
17. Całość powinna posiadać system statystyk umożliwiających prowadzenie monitoringu oglądalności.
18. Strona internetowa musi posiadać mechanizm obsługi błędów – dedykowane strony informacyjne o występujących błędach (np. błąd 404, czy czasowa niedostępność serwisu).
19. Strona internetowa musi mieć możliwość publikacji załączników w postaci plików MS Office 2000/ 2003/2007/2010, rtf, odt, plików tekstowych, plików pdf, jpg, gif, png, swf, mpg, mpeg, mp3, avi, wmv, zip, rar oraz innych plików dowolnego formatu i określonego rozmiaru.
20. Musi istnieć możliwość tworzenia dowolnych formularzy na potrzeby serwisu, w tym wysyłania informacji, przy użyciu formatki WWW: „Napisz do nas” – odpowiedzi powinny zostać zapisane w bazie aplikacji oraz wysłane na wskazane adresy e-mail. Tworzenie formularzy musi odbywać się bez konieczności znajomości języków kodowania stron internetowych.
21. Materiały video, które będą zamieszczone na stronie, muszą zostać przygotowane przez Wykonawcę oraz ujęte w wycenie.
22. Strona internetowa powinna automatycznie dostosowywać się do rozdzielności monitora.
23. Zapewnione musi być pełne zarządzanie systemem banerów na całej stronie. Mechanizm powinien umożliwiać wymiennie umieszczanie banerów (w formacie flash i JPG).
24. Musi być zapewniona możliwość wyszukiwania treści na portalu.
25. Musi być zapewniona możliwość przeformatowania publikacji na stronie na format do druku.
26. META Tagi oraz TITLE powinny być generowane dla każdej podstrony.
27. W ramach realizacji zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do wstępnego uzupełnienia strony treścią przygotowana przez Zleceniodawcę.
28. Założenia strony internetowej :
 - a) Strona w 2 wersjach językowych: polski, angielski.
 - b) Nawigacja strony za pomocą menu głównego, rozwijalnego (drop-down). Dodatkowy

element nawigacji w postaci belki ze ścieżką strony.

c) Widok Strony Głównej:

- U góry logo i menu (bądź menu zwinięte)
- Pełnoekranowy slajd video z narzuconym tekstem w CSS + przyciskiem przenoszącym do podstrony (poszczególne sekcja w podstronie "historia marki").Dodatkowo strzałki (poprzedni/kolejny slajd). Po kliknięciu strzałki przeniesienie do sekcji poniżej z kolejnym pełnoekranowym video. Cała historia opowiedziana w 5 zapętlnionych slajdach video (z możliwością nawigowania strzałkami bądź scrolowaniem myszką).
- Przy mniejszych rozdzielczościach / słabszych łączach - załadowanie tła w formie zdjęcia produktu zamiast video.
- Na dole strony pod slajdami pokazane miniaturki produktów z nazwą i strzałką przenosząca do strony produktu
- Na samym dole minimalistyczna stopka z krótką mapą strony.

d) Menu poziome:

- Strona główna
- Produkty
- Historia marki
- Kontakt

e) Wstępny zakres podstron:

- Produkty- Strona z produktami pokazanymi jeden pod drugim - produkty w formie tła video obiekty 3D z obrotem 360o- teksty narzucone CSS + przycisk do przejścia na stronę produktu. Przy mniejszych rozdzielczościach / słabszych łączach - załadowanie tła w formie renderu produktu zamiast video. Strona produktu: Góra - video z produktem na około 50-60% wysokości strony, poniżej nazwa produktu i skrócony opis. Poniżej zakładki - opis z renderem produktu . Zastosowanie - tekstowa zakładka (opcjonalnie render). Składniki aktywne - napis i ikonka. Pełen skład - forma tabelki. Poniżej przycisk - zamów próbkę produktu

f) Historia marki - Tekst i zdjęcia (być może filmy). Długa strona z podczepionymi zakładkami i dokładnym opisem marki / firmy kosmetyków - analogicznie do strony głównej tylko z większą ilością informacji.

g) Kontakt - formularz kontaktowy, dane kontaktowe oraz zdjęcie i ikonki. Standardowy.

II. Szczegółowy zakres prac dotyczących przygotowania materiału filmowego do promocji

produktów na targach oraz na stronie www:

1. Zakres prac:
 - a) przygotowanie propozycji scenariusza filmu i zatwierdzenie go z Zamawiającym;
 - b) montaż filmu. W filmie wykorzystane będą wypowiedzi twórcy kosmetyków wraz z zaprezentowaniem bursztynu oraz jego naturalnego środowiska (wskazane wykonanie materiału filmowego z powietrza – dronem). Film będzie publikowany w internecie, telewizji, na targach. Film powinien zawierać sceny ruchome kręcone z lotu ptaka oraz zdjęcia z wykorzystaniem elementów graficznych i animacji. Film ma pełnić funkcję promocyjną.
2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia w zakresie filmu i sposobu jego wykonywania:
 - a) przygotowanie 3 filmów;
 - b) jeden film ma trwać od 3 do 5 minut;
 - c) opracowanie animowanej czołówki dla filmu;
 - d) opracowanie belek/nakładek z dodatkowymi opisami;
 - e) na czołówce oraz tyłówce powinny być wykorzystane logotypy marki;
 - f) dobranie odpowiedniego podkładu muzycznego;
 - g) dokonanie ewentualnych korekt i przedstawienie ostatecznej wersji Zamawiającemu;
 - h) film ma być nakręcony w technice co najmniej FullHD;
 - i) wykonawca przekaze dwa opracowania techniczne: film w jakości FullHD nagrany na nośniku DVD lub pendrive oraz plik AVI do zamieszczania i odtwarzania w Internecie. Dodatkowo Wykonawca przekaze materiały źródłowe (w 2 kopiach);
 - j) wykonawca zapewnia szczegółowy scenariusz filmu, potrzebny sprzęt, osoby z odpowiednimi kwalifikacjami;
 - k) wykonawca przekaze Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie do wykorzystywania wszystkich materiałów zawartych w filmie oraz wszelkich utworów powstałych w wyniku realizacji umowy na wszystkich polach eksploatacji z możliwością ewentualnych późniejszych modyfikacji przez Zamawiającego lub wybrane przez Zamawiającego podmioty trzecie.

Z uwagi na fakt, że zamówienie jest realizowane w ramach projektu PROGRAMU OPERACYJNEGO Inteligentny Rozwój 2014-2020 w ramach poddziałania 3.3.3: Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych GO TO BRAND. Wykonawca kalkulując cenę powinien wziąć pod uwagę wytyczne dot. kwalifikowalności kosztów, opublikowane w dokumentacji konkursowej, dostępne pod adresem: <http://poir.parp.gov.pl/dokumentacja/dokumentacja-do-naboru-wnioskow-o-dofinansowanie-w-o-konkursie-do-dzialania-3-3-poddzialanie-3-3-3-w-2016-r>

