

Brief Kreatywny dla projektu "Where is Poland"

Przygotowanie koncepcji wizualno-kreatywnej i założeń graficzno-funkcjonalnych projektu multimedialnego „Where is Poland?” oraz jego wdrożenie w formie aplikacji internetowej, wraz z dwuletnią gwarancją dla wdrożonego produktu (SLA).

Scenariusz projektu

Szczegółowy scenariusz projektu znajduje się z załączniku nr 9 do przetargu.

Opisuje on 12 tematów, które należy kompleksowo zrealizować w projekcie.

Forma wykonania projektu

Zespół projektowy po stronie Zamawiającego w drodze spotkań warsztatowych ustalił, iż dobrym podejściem będzie zrealizowanie projektu w formie nie mniej niż 5, lecz nie więcej niż 12 osobnych aplikacji, z których każda będzie miała dowolność w zakresie formy realizacji.

Nie oznacza to, że projekty te mają być kompletnie osobne - coś je musi łączyć ze sobą, lecz to "coś" może pozostać na poziomie narracji, a nie formy.

Oznacza to, że poza opisanymi w scenariuszu tematami/rozdziałami, powinien powstać serwis/strona, która będzie niejako parasolem pozwalającym na poruszanie się po wszystkich projektach i objęcie spojrzeniem całości projektu.

Zespół projektowy nie wymusza na poziomie przetargu tego, jaką formę mają przyjąć konkretne aplikacje. Mogą to być:

1. Serwisy WWW
2. Serie filmów

3. Kampanie Marketingowe realizowane w kanałach o dużym zasięgu w kontekście docelowego odbiorcy
4. etc. zaawansowane rozwiązania, które w swojej formie będą w stanie pomieścić zakres informacji, który będziemy chcieli przekazać użytkownikowi

Technologia

Projekt, niezależnie od formy wybranej dla danego tematu, powinien być zrealizowany zgodnie z aktualnymi standardami rynkowymi.

W zakresie informatycznym projekt powinien wykorzystywać technologie o otwartych źródłach.

Wykonawca powinien po krótko uzasadnić wybór technologii proponowanej do realizacji konkretnego tematu.

W ramach projektu, jako warunek konieczny do rozliczenia projektu, Wykonawca przekaze Zamawiającemu kompletny zestaw plików źródłowych dla projektu, w tym w szczególności:

- materiały multimedialne w formie źródłowej, w tym:
 - grafiki przed ich modyfikacją (skalowaniem, wycinaniem etc.)
 - filmy przed ich cięciem i montażem
- kod źródłowy wszelkich aplikacji wykonanych na potrzeby projektu
 - w tym kod źródłowy narzędzi pomocniczych służących np. do oobróbki danych
- jeżeli projekt będzie zrealizowany przy pomocy płatnych rozwiązań, Wykonawca zceduje na Zamawiającego licencję na dane rozwiązanie, pozwalającą na wykorzystanie/publikację stworzonych rozwiązań w okresie co najmniej 3 lat od momentu realizacji projektu
 - warunek ten nie stosuje się do oprogramowania w którym będzie realizowany projekt (programy do edycji zdjęć, filmów, kodu)
 - warunek ten stosuje się do płatnych bibliotek programistycznych lub innych gotowych rozwiązań, które wymagają licencji
 - warunek ten stosuje się do czcionek wykorzystanych w projekcie
- Dokumentacji kodu powstałego w toku realizacji projektu
 - dokumentacja może być automatycznie generowana na podstawie kodu źródłowego
 - każda funkcja/klasa/metoda wykorzystana w projekcie powinna posiadać dokumentację opisującą w jaki sposób się ją wywołuje oraz jakie cechy posiada

Wydajność projektu

Projekty zrealizowane w ramach Przetargu powinny być dostępne zarówno na urządzeniach mobilnych, jak i na tabletach oraz komputerach typu desktop, bez utraty funkcjonalności, chyba że w toku ustaleń z Zamawiającym, powstanie lista tych funkcjonalności, które zostaną uznane za nadmiarowe na danym typie urządzenia.

Wytworzone produkty powinny działać bez problemu na wszystkich przeglądarkach które w chwili ogłoszenia przetargu mają udział w globalnym rynku powyżej 4% populacji internautów.

Analityka

Projekt, w przypadku realizacji w formie aplikacji webowej bądź mobilnej, powinien posiadać wdrożenie Google Analytics poprzez wpięcie dostarczonego przez Zamawiającego kodu kontenera Google Tag Manager, oraz poprzez wysyłanie informacji za pomocą zmiennej dataLayer, o wszelkich działaniach użytkownika, które mają znaczenie w analizie jakości ruchu dostarczanego do aplikacji.

W przypadku realizacji projektów w formie kampanii w sieciach społecznościowych, ruch przekazywany przez materiały udostępniane w tych kanałach powinien być otagowany za pomocą tagów utm, definiujących co najmniej źródło, medium i kampanię, dla danego działania.

SEO

Produkty wytworzone w celu realizacji Zadania z w.w. Przetargu powinny być zoptymalizowane pod kątem SEO, w szczególności:

- powinny być w pełni indeksowalne przez roboty wyszukiwarek internetowych
- powinny posiadać kod w standardzie HTML5
- powinny dla każdej podstrony posiadać zdefiniowane
 - nagłówki h1
 - meta dane (title, description)
 - mikroformaty (w zależności od prezentowanych danych)
 - dane opengraph
- Powinny w sposób jawny linkować pomiędzy podstronami
- Powinny posiadać sitemapę witryny w formacie xml

Dostępność dla osób niepełnosprawnych

Aplikacje zrealizowane w ramach projektu muszą spełniać wymagania WCAG 2.0/ARIA co najmniej na poziomie AA.

Odbiorcy projektu

Odbiorcami projektu są użytkownicy, od których nie możemy wymagać ani znajomości tematów związanych z Polską, ani z odzyskaniem przez nią niepodległości.

Każdy z 12 tematów powinien być potraktowany osobno i będzie wymagał dokładnego doprecyzowania celu, jaki ma realizować w kontekście swoich potencjalnych odbiorców.

Zamawiający sugeruje, że ze strony Wykonawcy powinny pojawić się propozycje analizy *podróży użytkownika*, które doprecyzują punkty styku z odbiorcą na danym etapie podróży, cele które dany etap ma realizować oraz proponowaną formę dla elementów aplikacji realizującej dany etap podróży.

Demografia

W chwili obecnej nie jesteśmy w stanie doprecyzować demografii odbiorcy - nie ma dla nas znaczenia płeć, wiek, narodowość.

Projekt powinien w całości być zrealizowany w języku angielskim.

Wielojęzyczność

Projekt powinien być zrealizowany w taki sposób, aby dało się go w prosty sposób przetłumaczyć na kolejne języki. Prosty sposób oznacza, że koszt przygotowania nowej wersji językowej poprzez wprowadzenie przygotowanych przez redakcję tłumaczeń, nie powinien przekroczyć 5% wartości projektu.

Cele zasięgowe

Celem projektu jest promocja stulecia odzyskania niepodległości przez państwo polskie, co rozumiemy przez zwiększenie świadomości odbiorców w tym temacie.

Cele te możemy niejako przełożyć na dolne progi policzalnych efektów, z podziałem na cele pierwszorzędne, czyli takie, które stanowić będą o sukcesie projektu, oraz drugorzędne, których osiągnięcie będzie dodatkowym atutem podczas rozliczania.

Pierwszorzędne

Bazując na poprzednich doświadczeniach z podobnymi realizacjami, uznajemy że miarą sukcesu w przypadku tego projektu będzie osiągnięcie dla każdego tematu poruszanego w projekcie:

1. 100 tys. unikalnych użytkowników
2. 500 tys. unikalnych odsłon
3. 30 tys. subskrybentów anglojęzycznego newslettera Culture.pl
4. 60 tys. nowych fanów w social media (suma przyrostu followersów dla: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram)

Drugorzędne

Jako cele drugorzędne stawiamy sobie:

1. Zdobyć przynajmniej 1 nagrody site of the month webby awards
2. Zwiększenie ruchu w sekcji angielskiej serwisu Culture.pl
3. Zbudowanie relacji z zagranicznymi redakcjami, które mogą zaangażować się w promocję produktów