

Brief Kreatywny dla projektu "Cyfrowy Ogród dla Pendereckiego"

Przygotowanie koncepcji wizualno-kreatywnej i założeń graficzno-funkcjonalnych projektu multimedialnego „Cyfrowy Ogród dla Pendereckiego” oraz jego wdrożenie w formie aplikacji internetowej wraz ze wsparciem SLA i CR po wdrożeniu.

Spis treści

Scenariusz projektu	2
Forma wykonania projektu	2
Koncepcja kreatywna	3
Warstwa wizualna	3
Warstwa dźwiękowa	5
Technologia	5
Wydajność projektu	6
Analityka	6
SEO	7
Dostępność dla osób niepełnosprawnych.....	7
Odbiorcy projektu	8
Demografia	9
Wielojęzyczność	9
Cele merytoryczne.....	9
Cele zasięgowe	10
Pierwszorzędne	10
Drugorzędne.....	10

Scenariusz projektu

Szczegółowy scenariusz projektu znajduje się z załączniku nr 9 do przetargu. Opisuje on tematy, które należy kompleksowo zrealizować w projekcie.

Forma wykonania projektu

Zespół projektowy po stronie Zamawiającego w drodze spotkań warsztatowych omówił kilka koncepcji form realizacji projektu, które pozwolą na uzyskanie dużego zasięgu a jednocześnie dużego zaangażowania użytkowników, przy stosunkowo niskim progu wejścia w zakresie wiedzy tychże.

Naszym zdaniem dobrym podejściem będzie zrealizowanie projektu w formie interaktywnej strony www dostępnej na urządzeniach desktopowych i mobilnych.

Kluczowe w projekcie jest zapewnienie możliwości swobodnej nawigacji po zaprojektowanej przestrzeni. Projekt nie musi opowiadać jakiejś historii ułożonej w sposób chronologiczny, nie musi opisywać całego życia Pendereckiego. Nie potrzebujemy tutaj linearności. Raczej powinien pozwalać na zanurzenie się w dźwiękach, obrazach, ciekawostkach – i te elementy traktować jak punkty zaczepienia budujące zainteresowanie i zaangażowanie odbiorcy.

Aplikacja powinna być również opracowana w sposób warstwowy – użytkownik może się poruszać po powierzchni, konsumując łatwe, przystępne, „popowe” fakty i media, ale w wielu miejscach ma możliwość zejść na głębszy poziom aby dowiedzieć się czegoś więcej.

Powyższe podejście pozwoli na trafienie do znacznie szerszej publiczności, ponieważ projekt nie będzie wymagał wiedzy na wejściu – wystarczy, aby użytkownik lubił przyrodę/rośliny/muzykę/ciekawostki, a jeśli wie coś więcej, to nie powinno mu to przeszkadzać, bo zawsze znajdzie coś dla siebie. **Nawet jeśli wiedza przedstawiona w projekcie będzie dla niego wtórna, to projekt powinien obronić się formą prezentacji tej wiedzy.**

Zakładamy również, że projekt będzie składał się z rdzenia, który w późniejszym okresie będzie można uzupełnić o dodatkowe elementy – gry, filmy, utwory – które będą samowystarczalne, w znaczeniu takim, że będą w stanie istnieć bez reszty projektu, ale jednocześnie osadzone w nim, będą go dobrze uzupełniać.

Szkieletem projektu jest ogród, po którym użytkownik ma możliwość spacerować i odkrywać jego tajemnice i atrakcje. Projekt zakłada istnienie w tym ogrodzie "bram", "alejek" innych przestrzeni ogrodowych, jak labirynt, altanki czy konkretne części ogrodu, gdzie użytkownik - przechadzając się online - będzie mógł:

- **posłuchać fragmentów muzycznych** np.: utworów Krzysztofa Pendereckiego i innych twórców inspirowanych dorobkiem Pendereckiego
- **uczestniczyć w koncercie / spotkaniu live** (streaming)
- **obejrzeć fragmenty audiowizualne**
- **obejrzeć galerie zdjęć/wycinków prasowych/plakatów/dyskografii/partytury**
- **zapoznać się z online ogrodem** Pendereckiego w Lusławicach np.: gatunkami drzew w ogrodzie

- **wejść w interakcję z ogrodem:** zasadzić drzewo w hołdzie Pendereckiemu (i obserwować wzrost rośliny); posłuchać szumu drzew i wiatru w zacisznym miejscu w ogrodzie oraz poczytać fragmenty ulubionej literatury artysty
- **zagrać w proste gry edukacyjne** np.: budowanie panoramy ogrodu, budowanie utworu z sampli

Koncepcja kreatywna

Wyobrażamy sobie projekt, jako interaktywną platformę online o roboczej nazwie "Ogród dla Pendereckiego" nawiązująca formą oraz treścią do mniej znanej pasji Krzysztofa Pendereckiego, jaką była botanika i uprawianie ogrodu. Działanie ma na celu uhonorowanie niedawno zmarłego kompozytora poprzez stworzenie dostępnej dla wszystkich kolekcji przywołującej jego twórczość oraz muzykę szeregu zainspirowanych nią artystów. Cyfrowy ogród umożliwi użytkownikowi spacer pomiędzy muzycznymi tropami, kanonicznymi i awangardowymi dziełami, a także lekturami, które towarzyszyły Pendereckiemu w jego muzycznym rozwoju i karierze. Wizualnie i funkcjonalnie atrakcyjna platforma pozwoli na przyjrzenie się spuściźnie, jaką pozostawił Krzysztof Penderecki w wielowątkowy sposób.

Założeniem projektu jest powstanie ogrodu dźwiękowego rozwijanego przez kolejne lata, gdzie poszczególne fragmenty ogrodu będą kryły za sobą utwory muzyczne oraz krótkie, nieakademickie, a popularyzatorskie informacje na temat danych wykonań. W kolekcji znajdą się zarówno klasyczne i awangardowe dzieła kompozytora, jak i aranżacje jego muzyki, a także zupełnie nowe zamówienia kompozytorskie dedykowane pamięci Pendereckiego.

Zamawiający oczekuje, że przygotowana koncepcja wizualna zaciekawi i wciągnie widza - a jednocześnie uniesie/odciąży historyczny i informatywny przekaz, zakładając bardzo świadome artystyczne wykorzystanie audiowizualnych materiałów archiwalnych - łączące kompetencje grafika, świadomego użytkownika nowych mediów, znajomość kodów popkultury itp.

Warstwa wizualna

W warstwie wizualnej chodziłoby o stworzenie żywej/aktywnej przestrzeni ogrodu, zawierającej serie animacji, jak wzrost roślin, ruch liści na wietrze, które mogą nawiązywać do dzisiejszych GIF-ów. Animacje powinny budzić wrażenie prawdziwego ogrodu, jego „realności”. Animacje powinny korespondować z „atrakcjami” ogrodu.

Przykład 1:

Stworzenie ciekawych animacji dla obrazów takich jak wskazany w linku:

<https://gazetakrakowska.pl/przejecie-dworu-z-ogrodem-od-pendereckich-moze-kosztowac-skarb-panstwa-grube-miliony/ga/c1-14137863/zd/35890159>

https://www.youtube.com/watch?time_continue=82&v=H1zAlFyIL14

Przykład 2:

Animacje, które mogą stanowić punkt odniesienia:

<https://www.youtube.com/watch?v=ynH68E1GEdc> (animacja użyta do historii bardzo serio i połączona ze zdjęciami realnymi)

Inne benchmarki:

- <https://www.salvador-dali.org/en/museums/dali-theatre-museum-in-figueres/visita-virtual>
Mocne strony projektu:
 - łatwość nawigacji
- <https://www.facebook.com/77016505749/videos/10155535989985750/>
Mocne strony projektu:
 - atrakcyjnie pokazany ruch roślin; ciekawe graficznie odzwierciedlenie roślin
- https://www.rijksmuseum.nl/en/masterpieces-up-close?fbclid=IwAR2F_nwCothrR1Gtqe3eDGMfM2IW-lwRQsgsUVKwrzE3OorvTaRDmkWU07A
Mocne strony projektu:
 - wirtualna nawigacja, plan nawigacji
- <https://pollykole.com/>
Mocne strony projektu:
 - poruszanie się po stronie, trójwymiarowości i interaktywności
- <https://violenceisnotmyculture.com/>
Mocne strony projektu:
 - estetyka, interaktywności i pojawienia się kwiatów po kliknięciu
- <https://www.youtube.com/watch?v=ytdkXfOJ31Q>,
https://www.youtube.com/watch?v=XeE_YVcRvcY,
https://www.youtube.com/watch?v=8b_pdKD5Nlc
Mocne strony projektu:
 - budowie w minecraft - dzięki prostocie i popularyzacji narzędzia mają duże zasięgi wśród internautów
- <https://www.annefrank.org/en/anne-frank/secret-annex/room-hermann-and-auguste-van-pels/>
Mocne strony projektu:
 - nawigacja, interaktywność, plan nawigacji
- <https://katynpromemoria.pl/>
Mocne strony projektu:
 - nawigacja, interaktywność, plan nawigacji (choć nie wszystko działa idealnie)

- <https://communitygardens.generativeartist.com/gardens/>

Mocne strony projektu:

- trójwymiarowość nawigacji

Warstwa dźwiękowa

W warstwie dźwiękowej Zamawiający oczekuje od Wykonawcy stworzenia pejzażu dźwiękowego nawiązującego do dźwięków ogrodu, parku i lasu, spacerowania po żwirowych alejkach. Przy czym chodzi nie tyle o dobranie muzyki w tle, ale też o wykreowanie aury dźwiękowej ilustrującej i współgrającej z animacjami (Zamawiający dostarczy ścieżkę dźwiękową ogrodu w Lusławicach (najprawdopodobniej nagrany w 4 różne pory roku). Muzyczna ilustracja ogrodu ma stanowić tylko tło do projektu, ponieważ zasadniczym rdzeniem projektu mają być przykłady muzyczne dostarczone przez Zamawiającego, które użytkownik może odkrywać i odsłuchać spacerując po ogrodzie.

Technologia

Projekt, niezależnie od formy wybranej dla danego tematu, powinien być zrealizowany zgodnie z aktualnymi standardami rynkowymi. W zakresie informatycznym projekt powinien wykorzystywać technologię o otwartych źródłach. Wykonawca powinien po krótko uzasadnić wybór technologii proponowanej do realizacji konkretnego tematu.

Projekt powinien być przygotowany w taki sposób, aby umożliwić Zleceniodawcy samodzielną podmianę elementów projektu – powinien posiadać CMS. Zleceniodawca dopuszcza wykorzystanie tzw. headless-cms gdzie za wyświetlanie danych odpowiada inny kod niż ten służący do obsługi panelu administracyjnego.

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

1. materiały multimedialne w formie źródłowej, w tym:
 - a. grafiki przed ich modyfikacją (skalowaniem, wycinaniem etc.)
 - b. filmy przed ich cięciem i montażem
2. kod źródłowy wszelkich aplikacji wykonanych na potrzeby projektu, w tym kod źródłowy narzędzi pomocniczych służących np. do obróbki danych
 - a. kod źródłowy ma być udostępniony w wersji przed obróbką taką jak kompresja, obfuskacja etc.
 - b. kod źródłowy ma zawierać skrypty pozwalające na kompilację projektu (czy to samego kodu, czy też elementów takich jak css, sprite, itp.)
3. jeżeli projekt będzie zrealizowany przy pomocy płatnych rozwiązań, Wykonawca sceduje na Zamawiającego licencję na dane rozwiązanie, pozwalającą na wykorzystanie/publikację stworzonych rozwiązań w okresie co najmniej 3 lat od momentu realizacji projektu
 - a. warunek ten nie stosuje się do oprogramowania w którym będzie realizowany projekt (programy do edycji zdjęć, filmów, kodu)

- b. warunek ten stosuje się do płatnych bibliotek programistycznych lub innych gotowych rozwiązań, które wymagają licencji
- c. 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.

Projekt powinien działać i wyglądać tak samo na desktopowych systemach operacyjnych: Windows, macOS, Linux, jak również mobilnych (iOS, Android, iPad OS).

Wszelkie elementy interfejsu powinny osiągać minimum 30 klatek na sekundę na urządzeniach uznawanych za reprezentantów średniej klasy sprzętu w momencie opublikowania projektu.

Projekt powinien osiągać „zielone” wyniki w każdym z wymiarów wydajności mierzonych poprzez <https://web.dev>, czyli:

1. First Contentful Paint (FCP)
2. First Meaningful Paint (FMP)
3. Speed Index
4. First CPU Idle
5. Time to Interactive (TTI)
6. Max Potential First Input Delay (max FID)
7. Largest Contentful Paint (LCP)
8. First Input Delay (FID)
9. Cumulative Layout Shift (CLS)

Warunki te powinny być spełnione zarówno dla urządzeń mobile jak i desktop przy założeniu korzystania z połączenia klasy 4G.

Analityka

Niezależnie od technologii wybranej do wdrożenia projektu, w kodzie strony powinien zostać osadzony dostarczony przez Zamawiającego kontener Google Tag Manager. Kontener powinien zostać osadzony zgodnie z rekomendacjami Zamawiającego – odpowiednio w sekcji head oraz body dokumentu.

Ze względu na to, że Zamawiający planuje mierzyć zaangażowanie użytkowników aplikacji, konieczne jest, aby interakcja z danymi elementami aplikacji wywoływała zdarzenia, które mogą być zarejestrowane przez Google Analytics.

W związku z powyższym, Wykonawca powinien nadać ID dla wszystkich klikalnych elementów strony oraz wszelkich innych elementów, które pozwalają na interakcję.

W przypadku osadzenia w obrębie strony elementów video, powinny one wysyłać zdarzenia do warstwy danych (dataLayer) w następujących momentach: załadowanie video na stronie, uruchomienie odtwarzania video, wznowienie odtwarzania video, odtworzenie video do 10%, 25%, 50%, 75%, 100%, jak również przy przesyłaniu ww. zdarzeń, przekazywać również informację o czasie odtwarzania wideo. Wymienione zdarzenia powinny być również wysyłane w przypadku automatycznego uruchomienia bądź wstrzymania odtwarzania w wyniku scrollowania strony.

Podobne podejście powinno zostać wdrożone w innych elementach strony – takich jak mini-gry, elementy rozwijanego tekstu, odtwarzane utwory, nawigacja po menu projektu itp., ponieważ poprzez zaangażowanie użytkownika w interakcję z daną grą będziemy mierzyć sukces projektu oraz sterować kampaniami marketingowymi.

Mechanizmy pozwalające na dzielenie się treściami pochodzącymi z ogrodu, powinny zawierać tytuł, opis oraz obraz, które będą widoczne w danej sieci społecznościowej i będą zachęcać do kliknięcia na aplikację. Te elementy również powinny być konfigurowalne przez Zleceniodawcę w systemie CMS. Mechanizmy te powinny również dodawać do linków wysyłanych na sieci społecznościowe, parametry: utm_source, utm_medium i utm_campaign.

SEO

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

1. powinny być w pełni indeksowalne przez roboty wyszukiwarek internetowych powinny posiadać kod w standardzie HTML5
2. powinny dla każdej podstrony posiadać zdefiniowane
 - a. nagłówki h1
 - b. meta dane (title, description)
 - c. mikroformaty (w zależności od prezentowanych danych)
 - d. dane opengraph i twitter metadata
3. Powinny w sposób jawny linkować pomiędzy podstronami (przechodzenie pomiędzy podstronami wpływa na zmianę adresu url wyświetlanego w pasku przeglądarki użytkownika)
4. Powinny posiadać sitemapę witryny w formacie xml

Dostępność dla osób niepełnosprawnych

Aplikacje zrealizowane w ramach projektu muszą spełniać wymagania Ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (WCAG 2.1) co najmniej na poziomie AA, jednakże ze względu na wysokie oczekiwania dotyczące warstwy wizualnej zakładamy, że dopuszczalna jest opcja „alternatywnej” skórki dla aplikacji, która pozwoli zapoznać się z prezentowanymi treściami w sposób dostępny dla osób niepełnosprawnych.

Nie zmienia to faktu, że Wykonawca powinien dążyć do zachowania zgodności z WCAG2.1 w podstawowej wersji aplikacji – np. poprzez stosowanie odpowiednich kontrastów i kolorów,

Dodawanie tagów aria do niewidocznych elementów, wypełnianie znaczników alt dla obrazów, dodanie możliwości nawigowania samą klawiaturą itp. – zgodnie z wytycznymi poziomu AA.

Zdajemy sobie sprawę, że szczególnie trudne może być dostosowanie aplikacji do potrzeb osób niewidomych, ale w przypadku pozostałych typów niepełnosprawności wydaje się możliwe osiągnięcie oczekiwanego poziomu dostępności w podstawowej wersji aplikacji.

Realizacja projektu zgodnie z powyższym będzie weryfikowana na każdym etapie odbioru elementów aplikacji, a przy odbiorze całości projektu Zamawiający dopuszcza możliwość przeprowadzenia audytu dostępności cyfrowej dla osób z niepełnosprawnościami, który będzie stanowił jeden z warunków odbioru całego przedmiotu zamówienia.

W aplikacji końcowej należy także zmieścić deklarację dostępności opisaną w ww. ustawie.

Odbiorcy projektu

Odbiorcami projektu są użytkownicy, od których nie możemy wymagać ani znajomości tematu ani eksperckiej wiedzy w żadnej dziedzinie której dotyczy projekt – muzyce, naturze, filmie czy nawet eksperckości w poziomie obsługi komputera czy telefonu.

Jednocześnie oczekujemy od Wykonawcy przystosowania aplikacji do stale obniżającego się czasu przez który użytkownik może utrzymać skupienie. Wiemy, że duża część odbiorców będzie przechodziła na aplikację z promocji w mediach społecznościowych, więc musimy mieć metody, aby utrzymać uwagę użytkowników, którzy są przyzwyczajeni do ciągłego pobudzania zainteresowania. Nie oznacza to, że oczekujemy że aplikacja co chwila będzie pokazywać użytkownikowi powiadomienia itp. agresywne „triki” – chodzi nam raczej o to, żeby nie łudzić się, że użytkownik bez dodatkowych atrakcji będzie słuchać 5-minutowego utworu, albo oglądał przez kilka minut wideo, które samo się nie broni. Drogą do osiągnięcia tego celu mogą być mini-gamifikacje, pokazujące liczbę odkrytych sekretów, czy poziom eksploracji ogrodu wyrażony w procentach czy też w formie wizualnej.

Zamawiający oczekuje, że projekt będzie posiadał rozpisaną podróż użytkownika po poziomach wiedzy/interakcji z projektem i dane elementy będą wpisywać się w przesuwanie użytkownika w poziomie zaangażowania (w dół lejka). Oczekujemy, że przedstawiana w ofercie propozycja podejścia UCD zostanie wdrożona i będziemy mogli za jej pomocą zderzyć propozycje Wykonawcy z naszymi obawami związanymi z zaangażowaniem użytkownika.

Biorąc pod uwagę oczekiwaną nieliniarną formę narracji, Wykonawca powinien opisać rolę którą pełni dany element strony – czy jest to element który istnieje niezależnie, czy jest dobrym punktem wejścia do aplikacji, punktem wyjścia, punktem pogłębienia wiedzy, etc.

Jest to kluczowe ze względu na umożliwienie znacznie bardziej różnorodnej promocji – zwłaszcza w mediach społecznościowych, gdzie zakładamy, że będziemy mogli przyciągać uwagę poprzez pojedyncze ciekawostki czy elementy wizualne aplikacji – przykładowo promować jedną z mini-gier osadzonych w aplikacji, aby użytkownik poprzez nią wszedł w nasz świat a potem eksplorował dalej.

Demografia

Nie ma dla nas znaczenia płeć, wiek, narodowość odbiorców. Projekt powinien w całości być zrealizowany w języku angielskim w związku z czym zakładamy że osoba będąca w stanie rozumieć ten język na podstawowym poziomie, będzie w stanie korzystać z aplikacji. Jak wspominaliśmy w scenariuszu, oczekujemy że mechanika przygotowanych na potrzeby projektu gier będzie zrozumiała dla 6-8 latków.

Wielojęzyczność

Projekt powinien być zrealizowany w języku angielskim, ale powinien także posiadać wersję polską, oraz umożliwiać dodanie kolejnych tłumaczeń poprzez załadowanie do niego plików z tłumaczeniami i włączenia obsługi danego języka w interfejsie administracyjnym.

Projekt powinien być przystosowany do języków azjatyckich oraz cyrylicy.

Adresy url podstron projektu nie muszą podlegać tłumaczeniu – wystarczy, że przetłumaczymy elementy interfejsu oraz treści i media występujące w projekcie.

Wykonawca powinien przewidzieć możliwość tłumaczenia także dla elementów multimedialnych – zdjęć, dźwięków (narracja) oraz filmów.

Warstwa tekstowa projektu powinna być zakodowana w taki sposób, aby popularne mechanizmy tłumaczące strony, takie jak google translate, były w stanie przetłumaczyć 90% tekstu widocznego w projekcie (z wyłączeniem treści w multimediami).

Cele merytoryczne

Realizacja projektu ma służyć przekazaniu użytkownikowi następujących prawd i wartości:

1. Krzysztof Penderecki był wielkim kompozytorem
 - a. Inni ważni ludzie (w świecie muzyki i nie tylko) mówią o nim
 - b. Pojawia się w wielu publikacjach (jako autorytet, ekspert, mistrz, wzór)
 - c. Jest znany na całym świecie a jego blask np. w Azji przyćmiewa jedynie Chopin
 - d. Jego twórczość jest częścią większej całości, jest powiązana z innymi arcydziełami (filmy do których pisał muzykę, bądź w których zostały wykorzystane jego utwory)
2. Ogród był ważny w jego życiu i twórczości – właściwie ogród był jednym z jego życiowych dzieł, do którego podchodził jak do pisania symfonii, z namysłem, cierpliwością i dużym poświęceniem czasu
3. Twórczość Pendereckiego kwitnie nadal, inspirując kolejnych twórców i nowe pokolenia
 - a. Poza schematami - jego twórczość trafiała do osób, które wydawały się kompletnie spoza targetu – zrobił furorę dyrygując własnym utworem na Open'erze 2012
 - b. Zamówienia kompozytorskie lub nowe utwory współczesnych artystów – jego twórczość jest inspiracją dla twórców różnych gatunków muzycznych, pojawiają się nowe utwory i aranżacje oraz składane są nowe zamówienia

- c. Video art. – jego twórczość jest inspiracją nie tylko dla twórców muzycznych, pobudza wyobraźnię filmowców, twórców videoartu itd.
- d. Muzyka filmowa – jego twórczość jest niezwykle często wykorzystywana jest w produkcjach filmowych (krótko- i pełnometrażowych) – jak chociażby Davida Lyncha, Stanleya Kubricka, Petera Weira, Williama Friedkina.

Cele zasięgowe

Celem projektu jest popularyzacja twórczości Krzysztofa Pendereckiego, inspirowanie jego twórczością kolejnych twórców, niewyłącznie kompozytorów, 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 stanowią będą o sukcesie projektu, oraz drugorzędne, których osiągnięcie będzie dodatkowym atutem podczas rozliczania.

Pierwszorzędne

Jako cele pierwszorzędne stawiamy sobie:

1. Zdobyć przynajmniej 1 nagrody site of the month webby awards
2. Zwiększenie ruchu w sekcji angielskiej serwisu Culture.pl, mierzone poprzez liczbę sesji pochodzących z przeklików ze strony projektu, wynoszącą co najmniej 1% całości sesji trafiających na stronę projektu
3. Zbudowanie relacji z zagranicznymi redakcjami, które mogą zaangażować się w promocję produktów
4. Średni czas na stronie projektu powinien wynosić powyżej 3 minut
5. Średnia liczba interakcji użytkownika z projektem powinna przekraczać 15. Jako interakcję rozumiemy:
 - a. przejście na kolejną podstronę,
 - b. przejście do innej sekcji ogrodu,
 - c. uruchomienie mini-gry,
 - d. wykonanie min. 5 interakcji w mini-grze,
 - e. obejrzenie co najmniej 75% danego materiału filmowego,
 - f. przejście na serwis culture.pl

Drugorzędne

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

1. 100 tys. unikalnych użytkowników
2. 500 tys. unikalnych odsłon
3. 3- tys. subskrybentów anglojęzycznego newslettera Culture.pl
4. 6- tys. nowych fanów w social media (suma przyrostu followersów dla: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram)

Materiały komunikacyjne

Wykonawca przekaże Zamawiającemu kompletny zestaw materiałów promocyjnych, w szczególności:

1. Materiały graficzne do promocji online – grafiki do social mediów, plakat, MPU (m.in. banery, reklama śródtekstowa, skyscraper), ruchome - animacje, gify, spot, pop-up, overlay. Ostateczna liczba do ustalenia.
2. Zwiastun projektu ok. 30 sekundowy, przygotowany na bazie projektów graficznych strony
3. Projekt gadżetu promującego Ogród Pendereckiego orazgoda na wykorzystanie elementów graficznych w projekcie przygotowywanym przez innego wykonawcę.
4. Logotyp, fonty (z prawami i plikami), księga znaków

Nie mniej niż 3 layouty grafik w poniższych formatach z zaznaczeniem, że dokładne wymiary mogą ulec nieznacznej zmianie:

Culture.pl

- **hero header photo / epic photo** (fleszak) → 2000 x 600 px
- **content teaser photo / custom teaser photo** (zajawka) → szerokość 1200 px
- **baner reklamowy na stronie** (do wstawiania w artykuły) → 760 x 260 px
- **Baner reklamowy do newslettera** → 600 x 160 px

IAM.pl

- **slider** → 704 x 468 px
- **box** → 234 x 234 px
- **box podwójny** → 468 x 230 px

Social media

● Facebook

- **FP profile picture** → min. 168 x 168 px, max. 2048 x 2048 px

(kwadrat, ale będzie kołem!)

- **FB cover photo** → **820px by 312px** . (ważne żeby pamiętać o mobile'u - safe space!)

- **FB event photo** → 1200 × 628 px (mobile - safe space)

- **FB link** → 1200 × 628 px (mobile - safe space)

○ **FB live** → 1200 x 675 px

● **Twitter**

○ **TW profile picture** → 400 x 400 px

○ **TW cover photo** → 1500 x 500 px

○ **TW post 1 (In-Stream Photo Size)** → 1024 x 512 px

○ **TW post 2 (Cards Image Size)** → 800 x 320 px

● **Instagram**

○ **IG post** → max. 1080 x 1080 px (kwadrat)

○ **IG relacja** → min. 600 x 1067 px, max. 1080 x 1920 px (9:16)

○ **IG wideo/gif** → kwadrat, do 4 GB, 120 sekund

● **YouTube**

○ **YT plansza** → 1280 x 720 px

○ **Plakat** → 1200 x 1650 px