

**ZAŁĄCZNIK NR 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII****1. Wymagane elementy Koncepcji**

Konceptcja kampanii (dalej: „Konceptcja”) powinna zawierać wszystkie następujące elementy:

- a. analizę grupy docelowej kampanii wraz z określeniem głównego insightu konsumenckiego;
- b. koncepcję komunikacyjną kampanii;
- c. Key Visual kampanii dla następujących formatów:
  - a. billboard 6x3 m;
  - b. plakat B1 (70x100 cm);
- d. hasło kampanii oraz hasło rozszerzone kampanii;
- e. scenariusz spotu telewizyjnego wraz ze storyboardem w wersji 30 sekund i skrótem do 15 sekund – przy założeniu, że produkcja spotu zostanie zrealizowana według podanych parametrów: produkcja 1 dzień zdjęciowy, maksymalnie 3 głównych aktorów, maksymalnie 20 statystów, zdjęcia w studio i plenerze;
- f. scenariusz spotu radiowego w wersji 60 sekund i skrótem do 30 sekund – przy założeniu, że produkcja spotu zostanie zrealizowana według podanych parametrów: maksymalnie 3 głosy, zastosowanie efektów dźwiękowych;
- g. projekt graficzny ulotki informacyjnej (format 2xDL łamane do DL).

**2. Wymagana forma Koncepcji**

Wszystkie materiały muszą zostać złożone w formie elektronicznej oraz drukowanej. Forma elektroniczna to prezentacja maksymalnie 50 slajdów w formie pliku PPT lub PDF zapisana na nośniku danych umożliwiającym ich prawidłowe odtworzenie tj. np. na pamięci USB. Forma drukowana to wydruk prezentacji sporządzonej w formacie MS PowerPoint lub równoważnym obejmujący maksymalnie 50 slajdów, sporządzony na papierze o formacie A4 (1 slajd na stronę), wydruk kolorowy.

**3. Założenia merytoryczne do uwzględnienia w Koncepcji****a. cel i przedmiot Koncepcji**

- i. koncepcja ma dotyczyć kampanii wspierającej sprzedaż produktów Zamawiającego określonych w lit. e poniżej;
- ii. głównymi celami kampanii są:
  - **cel pośredni:** zainteresowanie Klientów produktami pakietowymi „ENERGIA+ Pewna cena” oraz „ENERGIA+ Stała cena” wyrażające się:
    - zwiększeniem liczby połączeń przychodzących na Infolinię Zamawiającego działającą pod numerem: 611 111 111
    - zwiększeniem ruchu (liczby odsłon) na stronie internetowej Zamawiającego poświęconej produktowi „ENERGIA+ Pewna cena” działającej pod adresem <https://www.enea.pl/pewna-cena>
    - zwiększeniem ruchu (liczby odsłon) na stronie internetowej Zamawiającego poświęconej produktowi „ENERGIA+ Stała cena” działającej pod adresem <https://www.enea.pl/pl/dlafirmy/oferty-dla-firmy/oferty-dla-malych-firm/stala-cena>
  - **cel bezpośredni:** lojalizacja Klientów poprzez przejście z aktualnej umowy sprzedaży energii elektrycznej opartej na taryfie dla energii elektrycznej zawartej na czas

nieokreślony na umowę sprzedaży energii elektrycznej opartą na produkcie „ENERGIA+ Pewna cena” lub „ENERGIA+ Stała cena” zawartej na czas określony (24 lub 36 m-ce)

#### **b. grupa docelowa**

- i. Klienci Indywidualni (segment GD) aktualni (posiadający umowę sprzedaży e.e. z Eneą) i potencjalni (posiadający umowę sprzedaży e.e. z innym sprzedawcą) czyli osoby fizyczne (konsumenci), w większości mieszkańcy miast, kupujący energię elektryczną (prąd) na potrzeby własnych gospodarstw domowych. Jest to najliczniejsza grupa odbiorców, szukająca korzystnych ofert, bezpieczeństwa, niskich cen oraz oszczędności. Są to osoby w wieku 35-55+, płacące rachunki za energię i decydujące o domowych wydatkach w tym obszarze.
- ii. Klienci SOHO (segment C1) aktualni (posiadający umowę sprzedaży e.e. z Eneą) i potencjalni (posiadający umowę sprzedaży e.e. z innym sprzedawcą) czyli osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. Może to być jednoosobowa działalność gospodarcza prowadzona w ramach gospodarstwa domowego, ale także małe firmy np. zakłady fryzjerskie, firmy usługowe, salony kosmetyczne, sklepy, itp. Są to z reguły klienci indywidualni, którzy dodatkowo prowadzą własne firmy i kupują energię elektryczną na potrzeby prowadzenia własnego biznesu.

#### **c. parametry kampanii**

- i. okres prowadzenia kampanii: 3 miesiące - jesień 2017 roku (od września do listopada);
- ii. kampania ogólnopolska z naciskiem na macierzysty teren działania Zamawiającego (teren czterech województw: wielkopolskiego, zachodnio-pomorskiego, kujawsko-pomorskiego oraz lubuskiego).

#### **d. elementy kampanii:**

- i. promocja wybranych produktów z pakietu ENERGIA+,
- ii. promocja Strefy Zakupów Enei – czyli programu lojalnościowego dla klientów indywidualnych i biznesowych Enei,
- iii. promocja e-faktury i elektronicznego Biura Obsługi Klienta.

#### **e. kanały komunikacji kampanii**

- i. Telewizja – emisja spotu telewizyjnego w modelu 30"/15",
- ii. Internet – widoczna kampania wykorzystująca różne i nowoczesne nośniki,
- iii. Outdoor w dużych miastach,
- iv. Radio – emisja spotu radiowego w stacjach regionalnych w modelu 60"/30",
- v. POS,
- vi. Inne kanały dotarcia rekomendowane przez Wykonawcę.

#### **f. charakterystyka produktów**

- i. **ENERGIA+ Pewna cena**
  - podstawowy produkt w ofercie Enea S.A.,
  - najchętniej kupowany przez Klientów Indywidualnych,
  - stała cena prądu przez cały czas trwania umowy - nawet do 36 m-cy,
- i. **ENERGIA+ Stała cena**
  - najchętniej kupowany produkt przez Klientów SOHO,
  - może dawać oszczędności nawet do 3000 zł netto w ciągu roku,

- stała cena prądu przez cały czas trwania umowy - nawet do 36 m-cy,
  - całe ryzyko zmian cen energii na rynku hurtowym ponosi Enea S.A.
- ii. podstawowe różnice pomiędzy taryfą dla energii elektrycznej, a produktami ENERGIA+ Pewna cena lub ENERGIA+ Stała cena:

	<b>OPIS</b>	<b>GRUPA DOCELOWA</b>
<b>Taryfa dla energii elektrycznej</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• umowa zawierana jest na czas nieokreślony</li> <li>• Klient może w każdej chwili wypowiedzieć umowę z zachowaniem terminu wypowiedzenia</li> <li>• cena energii elektrycznej nie jest stała</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klienci Indywidualni (segment GD)</li> <li>• Klienci SOHO (segment C1)</li> </ul>
<b>ENERGIA+ Pewna cena</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• umowa zawierana jest na czas określony (z reguły na 24 lub 36 m-ce)</li> <li>• Klient może wypowiedzieć umowę sprzedaży energii przed upływem okresu, na jaki została zawarta, ale wiąże się to z zapłatą odszkodowania za wcześniejsze rozwiązanie umowy – tzw. OPR</li> <li>• cena energii jest elektrycznej jest stała w całym okresie, na jaki zawarta została umowa</li> <li>• dostęp do Strefy Zakupów Enei</li> <li>• możliwość wyboru e-faktury i dostęp do elektronicznego Biura Obsługi Klienta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klienci Indywidualni (segment GD)</li> </ul>
<b>ENERGIA+ Stała cena</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• umowa zawierana jest na czas określony (z reguły na 24 lub 36 m-ce)</li> <li>• Klient może wypowiedzieć umowę sprzedaży energii przed upływem okresu, na jaki została zawarta, ale wiąże się to z zapłatą odszkodowania za wcześniejsze rozwiązanie umowy – tzw. OPR</li> <li>• cena energii jest elektrycznej jest stała w całym okresie, na jaki zawarta została umowa</li> <li>• dostęp do Strefy Zakupów Enei</li> <li>• możliwość wyboru e-faktury i dostęp do elektronicznego Biura Obsługi Klienta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klienci SOHO (segment C1)</li> </ul>

**g. kanały sprzedaży produktów**

- i. infolinia działająca pod numerem: 611 111 111
- ii. stacjonarne Biura Obsługi Klienta zlokalizowane na macierzystym terenie działania Zamawiającego (teren czterech województw: wielkopolskiego, zachodnio-pomorskiego, kujawsko-pomorskiego oraz lubuskiego)

**h. CI marki ENEA**

W koncepcji należy uwzględnić elementy CI marki Enea stanowiące załącznik nr 12 do SIWUR.

**i. informacje o Zamawiającym i jego otoczeniu rynkowym**

Rynek energetyczny w Polsce tworzą głównie cztery grupy energetyczne: Enea, PGE, TAURON, ENERGA. Na terenie miasta stołecznego Warszawy działa nadto INNOGY (dawniej RWE Stoen).



Przedmiotem działalności Grupy Kapitałowej Enea jest handel energią elektryczną, jej wytwarzanie i dystrybucja. Grupa Kapitałowa Enea sprzedaje blisko 13% energii elektrycznej wykorzystywanej w Polsce, a jej sieć dystrybucyjna pokrywa 20% powierzchni kraju. Około 9% energii wytwarzanej w kraju pochodzi z elektrowni należących do Grupy Kapitałowej Enea.

Enea S.A. zaopatruje w energię głównie mieszkańców zachodniej i północno-zachodniej Polski na terenie czterech województw: wielkopolskiego (Poznań), zachodnio-pomorskiego (Szczecin), kujawsko-pomorskiego (Bydgoszcz) oraz lubuskiego (Gorzów i Zielona Góra) – teren działania Operatora Systemu Dystrybucji wyodrębnionego w ramach Grupy Kapitałowej Enea tj. Enea Operator sp. z o.o.

Największą liczbę Klientów Enea S.A. stanowią Klienci indywidualni („przeciętny Kowalski”) – segment GD oraz Klienci SOHO (osoby fizyczne prowadzące własną działalność, często firmy jednoosobowe, mikro przedsiębiorstwa, czyli w przyjętej segmentacji branżowej) – segment C1. Enea S.A. aktualnie obsługuje łącznie około 2,2 mln Klientów segmentu GD i C1.