

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego nr 5/POPW.01.01.02-18-0013/17

Reprezentuję młody startup technologiczny, ChallengeRocket.com i zwracam się z prośbą o **przedstawienie oferty na opracowanie szczegółowej strategii działania** oraz wsparcia Państwa Agencji w zakresie:

- content marketingu
- social media
- SEO
- Public Relations
- zarządzania kampaniami PPC/PPL

lub w poszczególnych obszarach/obszarze związanych z Państwa specjalizacją.

O startupie:

ChallengeRocket.com dynamicznie rozwijające się przedsięwzięcie w obszarze HR-TECH i INNOWACJI o globalnym zasięgu. Zajmujemy się **kompleksowym i zautomatyzowanym podejściem do rekrutacji pracowników IT** (pozyskiwanie kandydatów i ewaluacja umiejętności) z wykorzystaniem metod sztucznej inteligencji. Świadczymy usługi doradczo - wykonawcze w zakresie **pozyskiwania innowacyjnych pomysłów i odkrywania talentów** z wykorzystaniem formuły hackathonów.

Gromadzimy społeczność twórców z całego świata oraz firmy i organizacje (rządowe i pozarządowe), które chcą do tych twórców dotrzeć ze swoimi wyzwaniami. Z ChallengeRocket współpracowały m.in. **Bank Zachodni WBK, Fortum czy NVIDIA**. Startup wyróżniony za innowacyjność 1-szą nagrodą na Europejskim Kongresie Gospodarczym w Katowicach (2017) oraz 1-szą nagrodą w ramach prestiżowego kongresu ABSL w Łodzi (2017).

Przykładowe hackathony, organizowane na naszej platformie przy naszym wsparciu:

- <https://challengerocket.com/nvidia> (hackathon globalny, w formule online, trwający obecnie na naszej platformie do lutego 2018)
- <https://challengerocket.com/accorhotels> (hackaton lokalny, w formule stacjonarnej)
- <https://challengerocket.com/fortum> (hackathon hybrydowy - 1-sza część online, 2-ga część stacjonarna)
- <https://challengerocket.com/bankitup> (hackaton lokalny, w formule stacjonarnej)

Publikacje na temat naszej platformy i osiągnięć: <https://challengerocket.com/media.html>

Kogo poszukujemy:

Poszukujemy do współpracy **agencji o globalnym zasięgu**, najlepiej z doświadczeniem w zakresie obsługi globalnych **firm SaaS'owych**, która kompleksowo zajmie się: content marketingiem, social media, SEO, public relations, zarządzaniem kampaniami PPC/PPL.

Potrzebujemy, strategii i działań w 5 w/w obszarach w podziale na:

1. osiągnięciu deklarowanych KPI (ilościowych i jakościowych) do końca 2018 (KPI wskazane w Załączniku 1 poniżej) w ramach stałego budżetu miesięcznego.
2. doraźnym wsparciu konkursów naszych Klientów/Partnerów w ramach dodatkowego budżetu (w tym obszarze potrzebujemy elastyczności - czasami doraźną kampanię potrzebujemy przygotować z tygodniowym wyprzedzeniem).
3. budowaniu wartości spółki poprzez zwiększenie jej rozpoznawalności wśród klientów, inwestorów, programistów.

Informacje dodatkowe o projekcie

1. Cele

Do końca roku 2018 chcemy osiągnąć następujące cele:

- **50 000 nowych rejestracji** na platformie (społeczność programistów, automatyków, robotyków, inżynierów, startupów).
- Sprzedaż **300 abonamentów** z naszych usług SaaS'owych (klienci biznesowi, firmy na całym świecie) - od kwietnia 2018 ponieważ dopiero od kwietnia będziemy mieć gotowy na sprzedaż nasz produkt SaaS'owy.
- Osiągnięcie wskaźnika odwiedzin platformy ChallengeRocket.com (głównie poprzez google organic, direct i referrale niepłatne): **100 000 UU / m-c**

2. Grupa docelowa

Społeczność

- juniorzy - studenci/absolwenci (społeczność programistów, automatyków, robotyków, inżynierów, startupów) z następujących **10 krajów**:
 - Włochy
 - Czechy
 - Francja
 - Tajwan
 - Japonia
 - Węgry
 - Szwajcaria
 - Polska
 - Rosja
 - Chiny

Klienci biznesowi

- działy HR
- agencje rekrutacyjne

3. Obszary, w zakresie których poszukujemy wsparcia

a. Content Marketing

Zależy nam na tworzeniu wysokojakościowych treści **w j. angielskim** (80%) oraz polskim (20%). Treści miałyby być przeznaczone zarówno do budowania contentu w ramach naszej platformy i kanałów social media ChallengeRocket.com jak i do publikacji na zewnątrz (blogi, portale).

Rodzaje treści:

- e-booki
- artykuły
- wpisy na wewnętrznego bloga (tutaj musimy mocno go rozbudować o nowe treści na styl KissMetrics)
- posty na FB
- video
- prezentacje
- infografiki
- case studies
- white papers (zapraszanie innych firm)
- wywiady
- poradniki (how-to guides)
- webinary (do rozważenia)

Cele główne

- generacja leadów B2B
- powiększenie bazy

Cele dodatkowe

- wzrost wartości leadów (sales-readiness of leads)
- wzrost świadomości marki
- edukacja rynku (hackathony i wyzwania jako element strategii employer-branding)
- wiarygodność
- wzrost odwiedzin na stronie
- SEO
- wzrost zaangażowania

Pod kątem firm (potencjalnych naszych klientów) piszemy:

- o innowacjach, jak je budować, o innowacjach w różnych branżach, o nowych technologiach (AI, IoT, VR itp.) i ich zastosowaniach w biznesie; i zawsze wplątamy jak hackathony mogą pomóc takie innowacje tworzyć,
- o nowoczesnych metodach rekrutacji (ze szczególnym naciskiem na rekrutacje w sektorze TECH),
- o hackathonach wprost - edukując firmy w tym zakresie.

Pod kątem osób indywidualnych (społeczności naszej platformy) piszemy:

- o nowych technologiach (AI, IoT, VR itp.) i jak mogą one pomóc w życiu codziennym,
- o rozwoju swoich umiejętności (np. przez uczestnictwo w hackathonach),
- o karierze w Tech (również z uwzględnieniem kobiet),
- o hackathonach wprost - i korzyściach z tego wynikających.

Przykładowe tematy na portale/blogi zewnętrzne:

Odbiorcy: Firmy

Cel: Zachęcić do realizacji hackathonu na platformie CR

- "Zorganizuj hackathon - kurs dla początkujących"
- "10 sposobów na zorganizowanie lepszego hackathonu"
- "Jak zrealizować wyjątkowy hackathon? - 10 prostych tricków!"
- "10 sposobów na przyciągnięcie senior deweloperów na Twój hackathon"
- "10 najczęstszych błędów przy organizacji hackathonu"
- "6 mitów na temat hackathonów"
- "Chcesz zorganizować własny hackathon? Powinieneś to przeczytać."
- "Branża HR a Generacja C. 5 skutecznych strategii"

Cel: Dawać przydatne informacje; CR jako ekspert

- "Najnowsze trendy w branży HR"
- "Nowoczesny trendy w rekrutacji"
- "Jak będzie wyglądać praca w dziale HR za 15 lat? - 10 prognoz na przyszłość"
- "Czy znasz najnowsze narzędzia dla branży HR - quiz"
- "HR Tech:2018 - 10 kluczowych trendów"
- "Gdzie znaleźć najlepszych programistów C++"
- "Jak w 15 minut stwierdzić czy mamy od czynienia z ekspertem Java"

Odbiorcy: Programiści

Cel: Zachęcić do uczestnictwa w hackathonach CR

- "Dlaczego warto uczestniczyć w hackathonach?"
- "Hackathony - sztuczny hype czy prawdziwa wartość? Czy warto w nich uczestniczyć?"
- "Wygraj hackathon - 3 najefektywniejsze strategie. "
- "Jak zmienić świat w 4 prostych krokach" (krok 1 - przyjdź na hakaton)
- "Porada od 30 letniego programisty dla 20 letnich programistów"
- (11 rzeczy które chciałbym wiedzieć 10 lat temu)
- "Wiadomość od 30 letniego programisty dla młodszych kolegów!"
- (co sam chciałbym powiedzieć 20 letniemu sobie)
- "Jak przez uczestnictwo w hackathonach zwiększyłem swoją pensję o 15%?"
- "Jak przyspieszyć swoją karierę w IT:
- podytuł: 10 tricków od zaawansowanych dla początkujących programistów"
- "10 tricków aby być lepiej ocenionym na rozmowie rekrutacyjnej"

Cel: budowa więzi ze społecznością

- "Korporacje - nie zniszczcie kultury hackatonów!"
- (Don't fuck up hackathon culture)
- "37 mało znanych stron, gdzie możesz nauczyć się czegoś nowego"

“11 stron internetowych, które sprawią że zostaniesz geniuszem”

“10 najważniejszych rzeczy, które nauczyłem się przez 5 lat bycia programistą”

“Jak zostałem programistą po studiach na wydz. automatyki”

“Czy programiści są faktycznie ponadprzeciętnie inteligentni? Zbadaliśmy to!”

“Kiedy właściwie bycie programistą stało się cool? “

Czego potrzebujemy w tym zakresie?

Potrzebujemy strategii, alokacji budżetu oraz harmonogramu dot. ilości/rodzaju contentu oraz sposobu/miejsca jego publikacji jak również jego promocji. Oprócz tworzenia contentu zgodnie z założonym harmonogramem, będą się pojawiały doraźnie (w ramach dodatkowego budżetu) akcje pojedyncze związane z tworzeniem contentu na potrzeby określonego konkursu. Potrzebowalibyśmy w przypadku takich pojedynczych działań elastycznej reakcji agencji.

W harmonogramie contentu na 2018 rok chcielibyśmy mieć zawarte:

- Rodzaj contentu
- Tytuł w j. angielskim
- Planowana data publikacji contentu
- Miejsce/a docelowe publikacji
- Budżet na promocję płatną pojedynczej treści
- Kanały promocji płatnej (np. facebook, twitter, adwords etc.)
- Kanały promocji nieodpłatnej (nasze wewn. social media, newslettery i inne)

b. Social Media

Chcemy maksymalizować liczbę like'ów, followersów, subskrybentów naszych stron i kanałów oraz dzielić się regularnie z naszą społecznością wartościowymi treściami (które będą lubiane, komentowane, udostępniane).

Treści publikowane w naszym SM:

- content stworzony na podstawie pkt. 1,
- informacje o aktualnych wydarzeniach (hackathonach) na naszej platformie,
- informacje o życiu naszego startupu (nagrodach, sukcesach) - ale sporadycznie,
- informacje udostępnione z innych źródeł (portali/blogów), ale tylko wówczas wtedy kiedy będzie nawiązywana współpraca redakcyjna.

Główne kanały social media, które chcemy prowadzić:

- <http://twitter.com/ChallengeRocket>
- <http://www.facebook.com/ChallengeRocket>
- <https://www.linkedin.com/organization/9474788/admin/updates>
- http://www.youtube.com/channel/UCyNaaawC_2N64IKtJ9owehA
- <http://www.pinterest.com/challengerocket/> (minimalna obecność)
- <https://instagram.com/challengerocket/> (minimalna obecność)
- <http://plus.google.com/u/0/108901915942795387700/posts?cfem=1>

- <https://vimeo.com/user49345024>
- <https://www.wykop.pl/ludzie/ChallengeRocket/>

Oprócz tego chcemy ożywić kanały i komunikację:

- slideshare (ale również Scribd, Projekt, AuthorSTREAM, Slides, Powershow)
- medium.com
- digg.com
- quora
- reddit
- tumblr

A także uruchomić buzz marketing na platformach, na których jest nasza grupa docelowa:

- slashdot.org
- stackoverflow.com
- codeproject.com
- dzone.com
- news.ycombinator.com
- news.reddit.com/r/programming
- github.com
- producthunt.com

Zależy nam, aby poprzez content również budować naszą pozycję eksperta oraz wiarygodność w ramach poniższych portali:

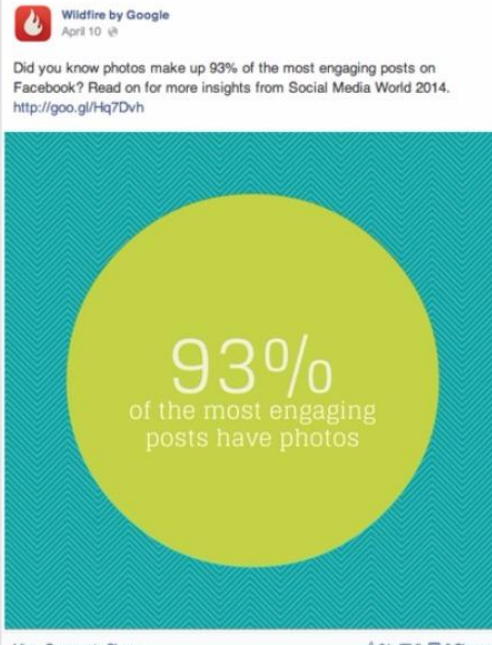
Podstawowe:

- Quora (Włączanie się w rozmowę, Inicjowanie nowych rozmów)
- Yahoo answers
- Wiki answers

Opcjonalnie:

- StackExchange / StackOverflow
- Ask MetaFilter
- Mahalo Answers
- LinkedIn Answers
- Aardvark
- Knol
- Cha-cha
- O'Reilly Answers

Przykładowy styl w Social Media na którym nam zależy:

<p>Styl</p> <ol style="list-style-type: none">1. KISS2. tytuły (powerful headlines, testowanie tytułów)3. listy (pod mobile)4. liczby5. tl;dr;6. nisze (wzór buzzfeed),7. obraz > słowo (wizualizacja danych)8. call-to-action9. ekskluzywny kontent (informacje insiderskie)10. autorski styl dla kontentu wizualnego (key visual)	
--	---

Czego potrzebujemy w tym zakresie?

Potrzebujemy strategii, alokacji budżetu oraz harmonogramu do końca września 2018 roku z rozpiską rodzajów social media na których się koncentrujemy, częstotliwości wpisów, rodzajów wpisów, sposobów zwiększania fanów/subskrybentów/followersów, zasięgów.

c. SEO

Optymalizacja platformy ChallengeRocket, opracowanie słów kluczowych, pozycjonowanie nowoczesne - bardziej przez content. Regularne raportowanie dot. wzrostów pozycji, wzrostów odwiedzin ze źródła google / organic.

Czego potrzebujemy w tym zakresie?

Potrzebujemy strategii, harmonogramu i alokacji budżetu do końca września 2018 roku dot. tego obszaru.

d. Public Relations

Nawiązywanie współpracy z dziennikarzami, osiągnię publikacji zarówno na dużych serwisach typu:

- fastcompany
- techcrunch
- businessinsider
- mashable
- venturebeat
- huffingtonPost
- anytyweb
- onet.tech

ale również gościnne wpisy na mniejszych platformach / blogach. Docelowo zależy nam na tym, aby poprzez ciekawy content generowany płatnie, doprowadzić do efektu “kuli śnieżnej”, aby redakcje/blogerzy sami o nas pisali. Zależy nam na tym, aby publikując treści osiągać jak największy odsetek treści wyróżnionych na stronach głównych serwisów (featured), dzięki np. wcześniejszemu podbijaniu ich reklamami.

Czego potrzebujemy w tym zakresie?

Potrzebujemy strategii oraz harmonogramu do końca września 2018 roku dot. tego obszaru. Chcemy mieć nawiązaną współpracę redakcyjną z dziennikarzami i relacje z blogerami.

e. Zarządzanie Kampaniami PPC/ PPL

Chcemy prowadzić działania za pomocą następujących narzędzi (zarówno do pozyskiwania nowego ruchu, jak i do remarketingu). Działania PPC/PPL potrzebujemy prowadzić zarówno w sposób ciągły jak i doraźny (na potrzeby trwających na naszej platformie hackathonów - **wówczas będziemy na to dysponować dodatkowymi budżetami**).

- AdWords
- LinkedIn
- Twitter
- Facebook
- Kampanie PPC/PPL w Chinach i Rosji (na ich portalach społecznościowych)
- Quora
- Reddit

Czego potrzebujemy w tym zakresie?

Potrzebujemy strategii oraz harmonogramu do końca września 2018 roku dot. tego obszaru. Chcemy przetestować najlepsze rodzaje kanałów, optymalizować i dopalać budżety tam gdzie wskaźnik konwersji (rejestracji na platformie) jest najniższy (docelowo **0,8 EUR/rejestrację**).