



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΔΗΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΤΩΝ
Δ/ΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΜΕΛΕΤΗ

ΕΡΓΟ: «Στοχευμένη ψηφιακή προβολή - (Υπουργείο Μετανάστευσης & Ασύλου)».

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: 119.999,99 €

ΕΤΟΥΣ: 2024 - 2025

Κ.Α.: 02.00.6431.008

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: Θάλεια Οικονόμου-Συρμακέση

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΜΕΛΕΤΗΣ:

1. Τεχνική Περιγραφή
2. Αναλυτική Προμέτρηση
3. Ενδεικτικός Προϋπολογισμός – Τιμολόγιο
4. Υπόδειγμα Οικονομικής Προσφοράς – Υπόδειγμα Τιμολογίου Προσφοράς

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΔΗΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
Δ/ΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έργο: «Στοχευμένη ψηφιακή
προβολή-(Υπουργείο Μετανάστευσης
& Ασύλου)».

ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Αντικείμενο της προτεινόμενης πράξης είναι η παροχή υπηρεσιών στοχευμένης ψηφιακής προβολής των Ιωαννίνων στη Γερμανία και την Ολλανδία-Κάτω Χώρες. Πιο συγκεκριμένα, πρόκειται για την υλοποίηση μιας στοχευμένης ψηφιακής καμπάνιας προβολής με σκοπό την προώθηση των Ιωαννίνων σε επιλεγμένα μέσα για επιλεγμένες αγορές – στόχο. Για τη βέλτιστη υλοποίηση της συγκεκριμένης ψηφιακής καμπάνιας προβολής (digital advertising campaign) πρόκειται να υλοποιηθεί ένα πλάνο στρατηγικής στόχευσης, με συγκεκριμένα κανάλια – πλατφόρμες και στόχους (KPIs), σε συγκεκριμένες αγορές – στόχους (target markets) και σε συγκεκριμένα κοινά – στόχους (audience), με διάρκεια και content assets.

Για την υλοποίηση της εν λόγω πράξης τίθενται συγκεκριμένοι στόχοι, οι οποίοι βασίζονται σε τρεις κύριους άξονες ενεργειών και συγκεκριμένα:

- α) σε καμπάνια video awareness, η οποία θα είναι στοχευμένη σε premium audience,
- β) Καμπάνια Native Advertising,
- γ) Content Assets.

Ως προς την καμπάνια Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience, αυτή περιλαμβάνει την υλοποίηση video awareness καμπάνια σε premium ταξιδιωτικό κοινό μέσω πλατφόρμας ταξιδιωτικού marketing. Στόχος της συγκεκριμένης καμπάνιας είναι να φέρει τον προορισμό των Ιωαννίνων στο προσκήνιο για υποψήφιους ταξιδιώτες - με πρόθεση ή επιθυμία για ταξίδι - που αναζητούν ως ταξιδιωτικό προορισμό την Ελλάδα ή ανταγωνίστριες χώρες, συνδυάζοντας μια ποικιλία data sources και real-time signals της πρόθεσης των ταξιδιωτών που επιτρέπει τη δημιουργία premium audiences. Για την καμπάνια native advertising προβλέπεται η υλοποίησή της με σκοπό την προώθηση των Ιωαννίνων ως προορισμός για υποψήφιους ταξιδιώτες που έχουν την πρόθεση ή την επιθυμία να επισκεφτούν την Ελλάδα ή άλλες ανταγωνίστριες χώρες, αξιοποιώντας τις δυνατότητες του native advertising, ενσωματώνοντας αβίαστα στις σελίδες που επισκέπτεται ο χρήστης και επιτρέποντας κατ'

αυτόν τον τρόπο το ακριβές targeting. Αναφορικά με τα content assets, αυτά αφορούν στο νέο οπτικοακουστικό υλικό, το οποίο είναι αναγκαίο στο πλαίσιο της συγκεκριμένης καμπάνιας προβολής. Γι αυτά προβλέπονται σύντομα βίντεο, όπου θα προβληθούν ειδικές δραστηριότητες και πτυχές των Ιωαννίνων που σχετίζονται με τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα (λ.χ. γαστρονομία, πολιτισμός, υποδομές, παράδοση, δραστηριότητες στη φύση κ.α.).

Συνεπώς, μέσα από τη συγκεκριμένη καμπάνια επιδιώκεται η αξιοποίηση σύγχρονων ψηφιακών εργαλείων και μέσων για την προβολή των Ιωαννίνων στη Γερμανία και την Ολλανδία-Κάτω Χώρες, με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της αναγνωρισιμότητας των Ιωαννίνων ως τουριστικού προορισμού, προσελκύοντας περισσότερους επισκέπτες, διαφόρων ηλικιών, μεσαίου και υψηλού επιπέδου. Με αυτόν τον τρόπο θα προβληθεί και θα αναδειχθεί το brand Ιωάννινα ως ένας σύγχρονος και ποιοτικά αναπτυγμένος τουριστικός προορισμός, σημαντικός για την τοπική οικονομία και τη χώρα.

Τόσο μελέτες, όσο και διεθνείς καλές πρακτικές έχουν δείξει ότι η στοχευμένη ψηφιακή προβολή αποτελεί ένα ζήτημα κρίσιμης σημασίας για την ενίσχυση της θέσης ενός τουριστικού προορισμού στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, όπου ο ανταγωνισμός μεταξύ διαφορετικών προορισμών εντείνεται διαρκώς. Υπό αυτό το πρίσμα μια καλά σχεδιασμένη ψηφιακή καμπάνια προβολής μπορεί να αυξήσει σημαντικά την αναγνωρισιμότητα και τη δημοφιλία ενός προορισμού, την επισκεψιμότητα σε αυτόν και συνακόλουθα την τουριστική κίνηση και τα έσοδά του. Συνεπώς, η ενσωμάτωση σύγχρονων πρακτικών, ψηφιακών εργαλείων και μεθόδων μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στις τουριστικές προσπάθειες επιτρέποντας στο δήμο μας να διαφοροποιηθεί έναντι του ανταγωνισμού, να αναδείξει τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα και να προσελκύσει τόσο επισκέπτες, όσο και επενδυτές μέσω της αναβάθμισης της ψηφιακής παρουσίας του.

Βασικές προϋποθέσεις για να πραγματοποιηθεί μια τέτοια ψηφιακή καμπάνια αποτελούν η δημιουργία ενός εξειδικευμένου πλάνου στρατηγικής στόχευσης, η οποία θα λαμβάνει υπόψη της και θα περιλαμβάνει την ανάλυση των αγορών και κοινών που αποτελούν στόχους, με παράλληλη κατάλληλη αξιοποίηση πολυποίκιλων δεδομένων και στοιχείων. Με βάση τα δεδομένα αυτά καθίσταται δυνατή η κατανόηση των προτιμήσεων και των συνηθειών δυνητικών επισκεπτών, καθώς και η επιλογή των πλέον κατάλληλων τρόπων, μέσων, καναλιών και πλατφορμών προβολής. Τα κατάλληλα ψηφιακά κανάλια και οι κατάλληλες πλατφόρμες αποτελούν βασικό σημείο της κατάλληλης στρατηγικής, καθώς οι στοχευμένες ενέργειες διαφήμισης και προβολής σε αυτά επιτρέπουν την προσέγγιση συγκεκριμένων κοινών με εξατομικευμένα κριτήρια. Τέτοια κανάλια και πλατφόρμες μπορεί να αποτελούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι μηχανές αναζήτησης, εξειδικευμένα portals, vlogs-blogs κ.α.

Παράλληλα, ο ορισμός στόχων είναι ιδιαίτερα σημαντικός, καθώς έτσι μπορεί να επιτευχθεί καλύτερη υλοποίηση της καμπάνιας. Η διάρκεια της καμπάνιας, καθώς και το υλικό πρέπει να είναι προσεκτικά σχεδιασμένο με βάση τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις του κοινού, με κατάλληλο περιεχόμενο για συγκεκριμένες αγορές και κοινά στόχους. Αυτό συμβαίνει γιατί με αυτόν τον τρόπο μπορεί να γίνει αντιληπτό ποιοι είναι οι δυνητικοί επισκέπτες, τι τους ενδιαφέρει και πως μπορούν να προσεγγιστούν αποτελεσματικά.

Με βάση τα όσα εκτέθηκαν ανωτέρω, γίνεται αντιληπτό γιατί η στοχευμένη ψηφιακή καμπάνια προβολής αποτελεί σημαντικό και συνάμα ισχυρό εργαλείο για την προβολή ενός τουριστικού προορισμού, καθώς όταν γίνεται με σωστή στρατηγική και σχεδιασμό, μπορεί να παράσχει προστιθέμενη αξία στην συνολική καμπάνια προβολής των Ιωαννίνων ως τουριστικού προορισμού. Συνεπώς, η παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών με σκοπό την στοχευμένη ψηφιακή προβολή σε Γερμανία και Ολλανδία-κάτω Χώρες αποτελεί μια ουσιαστική ανάγκη για την ενίσχυση της θέσης των Ιωαννίνων ως προορισμού στις αγορές αυτές.

Ο τουρισμός (εισερχόμενος, εγχώριος, μεταφορές & επενδύσεις) διαχρονικά αποτελεί έναν εκ των σημαντικότερων κλάδων της Ελληνικής Οικονομίας. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια ο ρόλος του ενισχύεται ακόμη περισσότερο. Μάλιστα, η σημασία του ως κλάδος έγινε ακόμη πιο ξεκάθαρη κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, καθώς συνεισέφερε τα μέγιστα στην ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας. Επιπροσθέτως, πέρα από την άμεση οικονομική συνεισφορά, ο τουρισμός επηρεάζει ευρύτερα την ελληνική οικονομία και μέσα από τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την άμεση και έμμεση ενίσχυση των τοπικών κοινωνιών και μια σειρά από άλλους κλάδους που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με αυτόν. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι τομείς όπως η εστίαση, η αγορά ακινήτων, οι μεταφορές, το λιανικό εμπόριο και οι κατασκευές είναι συσχετιζόμενοι με την πορεία του τουρισμού. Σε κάθε περίπτωση, σήμερα, η Ελλάδα αποτελεί έναν παγκοσμίως δημοφιλή προορισμό για εκατομμύρια τουριστών ετησίως λόγω της πλούσιας ιστορίας της, του μοναδικού φυσικού τοπίου και του πολιτισμού της.

Δεδομένου ότι ο προορισμός Ιωάννινα αποτελεί ένα τουριστικό κέντρο για τη ΒΔ Ελλάδα, σύμβολο ταυτότητας και πηγή για διεθνή αναγνώριση, χάρη στο πολυπολιτισμικό προφίλ της, την ποιότητα και τον τρόπο ζωής, την υψηλή προστιθέμενη αξία του περιεχομένου των τουριστικών προϊόντων, την ευρεία γκάμα διαφορετικών εμπειριών που μπορεί να παράσχει στον επισκέπτη, προσφέρει την ιδανική βάση για να εξερευνήσει κάποιος την ... «άλλη Ελλάδα». Εντούτοις, τα συγκεκριμένα πλεονεκτήματα της περιοχής θα πρέπει να αξιοποιηθούν και να αναδειχθούν κατάλληλα με σκοπό την ενίσχυση της θέσης της τόσο σε σχέση με τις υπόλοιπες περιοχές της χώρας όσο και με τις γειτονικές της Περιφέρειες Ηπείρου.

Συνεπώς, τα Ιωάννινα θα πρέπει να αναλάβουν σημαντικές πρωτοβουλίες μέσα σε αυτό το ευνοϊκό - για το τουριστικό προϊόν της περιοχής- περιβάλλον με στόχο την ενίσχυση

της θέσης τους υιοθετώντας μια εξειδικευμένη και ενιαία στρατηγική προβολής του 'Brand Name' της περιοχής και του συνολικού Τουριστικού Προϊόντος, με ενίσχυση – έμφαση της εικόνας τους ως ένας ολοκληρωμένος, φιλικός, σύγχρονος προορισμός. Άλλωστε προσφέρουν σύγχρονες υποδομές, μεγάλη παράδοση σε ιστορία και κουλτούρα, υψηλής ποιότητας διατροφικά προϊόντα, εναλλακτικές και εξατομικευμένες δραστηριότητες αναψυχής – ψυχαγωγίας, και με καλή σχέση ποιότητας – τιμής.

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση μιας στοχευμένης καμπάνιας ψηφιακής προβολής του προορισμού σε Γερμανία και σε Ολλανδία-Κάτω χώρες μέσω μιας data driven προσέγγισης αποτελεί μια καινοτόμα δράση με πολλαπλασιαστικά οφέλη.

Μέσα από την συγκεκριμένη δράση παρέχεται η δυνατότητα εξατομικευμένης επικοινωνίας με την αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών και εργαλείων, επιτρέποντας κατ' αυτόν τον τρόπο την στόχευση ειδικών κοινών με εξατομικευμένα μηνύματα. Κάτι που σημαίνει ότι ο Δήμος θα μπορεί να προσφέρει το κατάλληλο περιεχόμενο στους κατάλληλους αποδέκτες με τον κατάλληλο τρόπο, αυξάνοντας την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας του. Παράλληλα, παρέχεται η δυνατότητα ανάλυσης δεδομένων, καθώς η ψηφιακή καμπάνια επιτρέπει να συλλεχθούν, να αναλυθούν και να κατανοηθούν καλύτερα οι προτιμήσεις και οι συμπεριφορές διαφορετικών κοινών προσαρμόζοντας καταλλήλως τη στρατηγική προσέγγισής τους, αλλά και τοποθέτησης των Ιωαννίνων ως τουριστικού προορισμού. Επίσης, με αυτόν τον τρόπο δίνεται και η δυνατότητα ανατροφοδότησης και αναπροσαρμογής με στόχο τη βελτίωση των αποτελεσμάτων της καμπάνιας

Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι σε σύγκριση με τις παραδοσιακές μεθόδους διαφήμισης, η ψηφιακή προβολή είναι πιο αποδοτική σε σχέση με το κόστος της, ενώ με αυτήν μπορεί να επιτευχθεί μεγαλύτερος αντίκτυπος με μικρότερο κόστος. Συνοψίζοντας, η στοχευμένη ψηφιακή προβολή προσφέρει εξατομικευση και άρα καλύτερη στόχευση αγορών και κοινών στόχων, ανάλυση δεδομένων, καλύτερη αναλογία κόστους – αποδοτικότητας και ανατροφοδότηση. Συνεπώς, μέσα από την εν λόγω δράση μπορεί να επιτευχθεί αυξημένη αναγνωρισιμότητα και μεγαλύτερη προσέλκυση επισκεπτών, μέσα από την προβολή συγκεκριμένων χαρακτηριστικών που επιζητούν, βασισμένη στις ανάγκες και τις προτιμήσεις τους.

Ως αντικείμενο της υπό ανάθεση σύμβασης ορίζεται η παροχή υπηρεσιών για την στοχευμένη ψηφιακή προβολή των Ιωαννίνων σε Γερμανία και Ολλανδία-Κάτω Χώρες με σκοπό την υλοποίηση μιας στοχευμένης ψηφιακής καμπάνιας προβολής. Η ψηφιακή καμπάνια προβολής (Digital Advertising Campaign) περιλαμβάνει ένα ακριβές πλάνο βάσει στρατηγικής

στόχευσης, με συγκεκριμένα κανάλια-πλατφόρμες, στόχους (KPIs), αγορές-στόχο (target markets), κοινό-στόχο (audience), διάρκεια και content assets που θα αξιοποιηθούν.

Συνεπώς, η ψηφιακή καμπάνια προβολής θα περιλαμβάνει αναλυτικότερα:

A. Καμπάνια Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience.

Η εν λόγω καμπάνια αφορά στην υλοποίηση video awareness καμπάνια σε premium ταξιδιωτικό κοινό μέσω πλατφόρμας ταξιδιωτικού marketing με σκοπό να φέρει τον επιλεγμένο προορισμό των Ιωαννίνων στο προσκήνιο σε υποψήφιους επισκέπτες – ταξιδιώτες που έχουν πρόθεση ή επιθυμία για ταξίδι και που αναζητούν ως ταξιδιωτικό προορισμό την Ελλάδα ή ανταγωνίστριες χώρες, συνδυάζοντας μια ποικιλία data sources και real-time signals της πρόθεσης των ταξιδιωτών που επιτρέπει τη δημιουργία premium audiences.

Για τη στοχευμένη προώθηση στο κοινό-στόχο των Ιωαννίνων, μέσω της data driven προσέγγισης της πλατφόρμας θα αξιοποιηθούν ταξιδιωτικά δεδομένα σε πραγματικό χρόνο καθώς και ιστορικά δεδομένα, δημογραφικά στοιχεία, context και affinity targeting. Σε αυτό το πλαίσιο προβλέπεται:

- Υλοποίηση μιας data-driven καμπάνιας video awareness, αξιοποιώντας διάφορες πηγές δεδομένων και real-time signals της πρόθεσης των ταξιδιωτών.
- Χρησιμοποίηση πραγματικών και ιστορικών ταξιδιωτικών δεδομένων, δημογραφικών στοιχείων, context και affinity targeting για την προσέγγιση του κοινού-στόχου των Ιωαννίνων.
- Δυνατότητα καταγραφής searches και bookings που έγιναν στον προορισμό και αποδεικνύουν την επίδραση και αποτελεσματικότητα της συγκεκριμένης καμπάνιας.

B. Καμπάνια Native Advertising.

Η υλοποίηση μιας Native Advertising καμπάνιας για την προώθηση του προορισμού των Ιωαννίνων σε υποψήφιους ταξιδιώτες με πρόθεση ή επιθυμία να επισκεφθούν την Ελλάδα ή ανταγωνίστριες χώρες, αξιοποιώντας τις δυνατότητες του Native Advertising, να ενσωματώνεται αβίαστα στις σελίδες που επισκέπτεται ο χρήστης, επιτρέποντας το ακριβές targeting. Σε αυτό το πλαίσιο προβλέπεται:

- Υλοποίηση καμπάνιας Native Advertising που εναρμονίζεται με το περιεχόμενο, την εμφάνιση και την αίσθηση του μέσου όπου εμφανίζεται, δημιουργώντας μια διαδραστική εμπειρία για τον ταξιδιώτη.
- Αξιοποίηση των δυνατοτήτων targeting του Native Advertising, συμπεριλαμβανομένων του contextual targeting, behavioral targeting, και geographical targeting.
- Δημιουργία περιεχομένου που ταιριάζει στην επιλεγμένη πλατφόρμα, ενθαρρύνει τη διαδραστικότητα και προωθεί τα ταξίδια στα Ιωάννινα.

Specifications Καμπάνιας

Target Markets & Audience

Χώρες: Γερμανία, Ολλανδία-Κάτω Χώρες

Κοινό: Ταξιδιώτες που αναζητούν/εξετάζουν να ταξιδέψουν στην Ελλάδα ή σε άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς + Google Affinity audiences

Key Performance Indicators (KPIs):

- Impressions
- Video views
- Video Completion Rate

Channels:

- Video programmatic
- Native Advertising σε διάφορες ψηφιακές πλατφόρμες όπως ιστοσελίδες και εφαρμογές όπου το περιεχόμενο και η διαφήμιση συγχωνεύονται αρμονικά.

Γ. Content Assets.

Καθότι η συγκεκριμένη καμπάνια είναι στοχευμένη με συγκεκριμένη στρατηγική για συγκεκριμένα κοινά για τις ανάγκες υλοποίησής της πρόκειται να αξιοποιηθεί νέο οπτικοακουστικό υλικό που θα δημιουργηθεί.

Σε αυτό το πλαίσιο προβλέπεται:

Δημιουργία videos διάρκειας έως 15 δευτερολέπτων (≈10-15") έκαστο, βασισμένα σε συγκεκριμένες θεματικές ταξιδιωτικών εμπειριών, όπως ενδεικτικά:

- Ψυχαγωγία
- Πολιτιστικές- Θρησκευτικές διαδρομές
- Δραστηριότητες στη φύση (Hiking, Rafting κ.α.) / Αθλητισμός
- Άνθρωποι και τοπικό στοιχείο-παράδοση/ Γαστρονομία

Τέλος, να αναφερθεί ότι η εν λόγω δράση, όπως αναλυτικά περιγράφεται παραπάνω, ευθυγραμμίζεται πλήρως τόσο με τις γενικές κατευθύνσεις και την επικοινωνιακή στρατηγική του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, ενσωματώνοντάς τις, όσο και με τους στόχους που έχουν τεθεί.

Πιο συγκεκριμένα σε ό,τι αφορά τις γενικές κατευθύνσεις αυτές περιλαμβάνουν:

- «Προώθηση της χώρας καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου (always on) με ενέργειες διαφήμισης και δημοσιότητας.

- *Πρώθηση λιγότερο γνωστών προορισμών, θεματικών προϊόντων και εμπειριών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.*
- *Έμφαση στην παραγωγή περιεχομένου για το visitgreece, αλλά και παραγωγή αρθρογραφίας που εξυπηρετεί τους ανωτέρω στόχους.*
- *Έμφαση στις ψηφιακές πλατφόρμες και στην περαιτέρω ανάπτυξη των digital assets του Οργανισμού ως οχημάτων επικοινωνίας μηνυμάτων και περιεχομένου για την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό».*

Πιο συγκεκριμένα, η διοργάνωση της ψηφιακής προβολής σε Γερμανία και Ολλανδία-Κάτω Χώρες, περιλαμβάνει τρία βασικά παραδοτέα για τη σύμβαση. Το πρώτο παραδοτέο αποτελεί το «Content Assets», δεύτερο παραδοτέο είναι η «Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience» και τρίτο παραδοτέο αποτελεί η «Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Native Advertising», ενώ με βάση τα παραδοτέα αυτά θα πραγματοποιηθεί και η πληρωμή (βλ. αναλυτικά κάτωθι).

Τεχνικές προδιαγραφές

Χρήση τεχνολογίας Server Side Tracking

Τέλος, να αναφερθεί ότι θα χρησιμοποιηθεί η συλλογή δεδομένων μέσω server-side tracking τεχνολογίας (SST εν συντομία), που βασίζεται στην επεξεργασία δεδομένων σε ασφαλείς διακομιστές. Η συγκεκριμένη τεχνολογία εξασφαλίζει την ακεραιότητα και την ασφάλεια των δεδομένων, καθώς και την ομαλή παρακολούθηση στις συσκευές (cross-device tracking). Η συλλογή δεδομένων μέσω server-side tracking τεχνολογίας είναι γνωστή για την ακρίβεια και την ανθεκτικότητά της έναντι του αποκλεισμού διαφημίσεων. Επιπλέον, είναι μια πιο εξειδικευμένη λύση, όπου η συλλογή και η επεξεργασία δεδομένων πραγματοποιούνται σε ασφαλείς διακομιστές. Αυτή η μέθοδος περιλαμβάνει τη συλλογή δεδομένων σε πραγματικό χρόνο, στην οποία συμπεριλαμβάνονται τόσο δεδομένα πρώτου μέρους όσο και δεδομένα τρίτου μέρους.

Το SST βασίζεται σε δεδομένα πρώτου μέρους (first-party data), τα οποία περιλαμβάνουν δεδομένα που συλλέγονται απευθείας από τον ιστότοπό ή την εφαρμογή. Αυτά τα δεδομένα θεωρούνται πιο αξιόπιστα και ασφαλή σε σχέση με τα δεδομένα τρίτων. Το SST διατηρεί ευαίσθητα δεδομένα σε ασφαλείς διακομιστές, μειώνοντας τον κίνδυνο παραβιάσεων δεδομένων. Επιπλέον, εξασφαλίζει τη συμμόρφωση στους κανονισμούς απορρήτου, καθώς τα δεδομένα βρίσκονται υπό έλεγχο.

Οι υπηρεσίες διαφήμισης επιπλέον θα περιλαμβάνουν ολοκληρωμένη υποστήριξη rich media διαφημίσεων, προσαρμόσιμες λύσεις tracking για τους τελικούς χρήστες και ακριβή

παρακολούθηση της απόδοσης. Θα υπάρχει διαφανής και αποτελεσματική υποδομή header bidding, συνοδευόμενη από vendors, σχετικούς με την αγορά. Αυτό εξασφαλίζει, ότι η υπηρεσία ad stacking στο Open Market θα παραμένει πάντα τεχνολογικά ενημερωμένη. Απαραίτητη η αυτόματη βελτιστοποίηση με χρήση κατάλληλης τεχνολογίας μεγιστοποιώντας το RPM στην ήδη υπάρχουσα επισκεψιμότητα (traffic).

Real Time Bidding στις προγραμματικές διαφημίσεις

Δεδομένου του αυξανόμενου ανταγωνισμού στην ψηφιακή διαφήμιση, η πλήρης αξιοποίηση του δυναμικού της προγραμματικής διαφήμισης είναι απαραίτητη για την μεγιστοποίηση εμβέλειας και επίδρασης. Συνολικά, η δημοπρασία σε πραγματικό χρόνο (RTB) βοηθά να γίνει η αγορά και πώληση προγραμματικών διαφημίσεων πιο αποδοτική. Η παραδοσιακή διαφήμιση απαιτεί χρόνο για την ανάπτυξη αιτημάτων για προτάσεις (RFPs) και προσφορές, τη διεξαγωγή διαπραγματεύσεων και τη δημιουργία εντολών τοποθέτησης. Μέσω της δημοπρασίας σε πραγματικό χρόνο, η αγορά χώρου γίνεται γρήγορα, έχοντας μεγαλύτερο έλεγχο στη διαδικασία. Αυτή η προσέγγιση χρησιμοποιεί δεδομένα και τεχνολογία για να προβάλλει διαφημίσεις στο κατάλληλο κοινό τη σωστή στιγμή, χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση στη διαδικασία υποβολής προσφορών.

Στον πυρήνα της RTB τεχνολογίας βρίσκεται μια πλατφόρμα ανταλλαγής διαφημίσεων, όπου οι εκδότες προσφέρουν τον διαφημιστικό τους χώρο σε πιθανούς διαφημιζόμενους. Όταν ένας χρήστης επισκέπτεται έναν ιστότοπο, πληροφορίες για τον χρήστη και τον διαθέσιμο διαφημιστικό χώρο αποστέλλονται στην πλατφόρμα ανταλλαγής διαφημίσεων. Μέσα σε χιλιοστά του δευτερολέπτου, οι διαφημιζόμενοι υποβάλλουν προσφορές για τον διαφημιστικό χώρο, βάσει του πόσο καλά το προφίλ του χρήστη ταιριάζει με το κοινό-στόχο τους. Ο υψηλότερος πλειοδότης παίρνει τον διαφημιστικό χώρο και η διαφήμισή του εμφανίζεται στον χρήστη.

Αυτό το σύστημα ξεχωρίζει για την αποδοτικότητα και την ακρίβειά του. Δύναται να χρησιμοποιηθεί τεράστιος όγκος δεδομένων, όπως συμπεριφορά χρηστών, δημογραφικά στοιχεία και το ιστορικό περιήγησης. Η ταχύτητα και η ακρίβεια αυτής της διαδικασίας σημαίνει ότι οι διαφημίσεις είναι πιο σχετικές για τους χρήστες, οδηγώντας σε μεγαλύτερη αφοσίωση και καλύτερη απόδοση επένδυσης (ROI) για τους διαφημιζόμενους.

Η ενσωμάτωση της προγραμματικής διαφήμισης με τη δημοπρασία σε πραγματικό χρόνο (RTB) προσφέρει μια σειρά από οφέλη που ενισχύουν σημαντικά τις προσπάθειες ψηφιακού μάρκετινγκ. Αυτά τα οφέλη περιλαμβάνουν:

Υψηλότερη Αποτελεσματικότητα Διαφημίσεων και Χαμηλότερο Κόστος: Η προγραμματική διαφήμιση είναι δημοφιλής κυρίως λόγω της αποτελεσματικότητας και του χαμηλότερου κόστους σε σύγκριση με τις παραδοσιακές μεθόδους.

Μεγαλύτερη Εμβέλεια Διαφήμισης: Ένα χαμηλότερο CPM για την προγραμματική διαφήμιση σημαίνει ότι μπορεί να προσεγγιστεί ένα ευρύτερο κοινό με χαμηλότερο κόστος.

A/A	ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ / ΕΡΓΑΣΙΑ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟΥ ΤΙΜΗΜΑΤΟΣ (%)
Π1	Content Assets	Το αργότερο 5 μήνες από την υπογραφή της σύμβασης	30%
Π2	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience	Το αργότερο 8 μήνες από την υπογραφή της σύμβασης	40%
Π3	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Native Advertising	Το αργότερο 12 μήνες από την υπογραφή της σύμβασης	30%

Η σύμβαση αποτελεί ένα ενιαίο λειτουργικά αντικείμενο, συνεπώς απαιτείται ο ενιαίος και αδιάσπαστος συντονισμός του προσωπικού και των εργασιών, προκειμένου να επιτευχθεί η εμπρόθεσμη και προσήκουσα εκτέλεση της σύμβασης.

Η συνολική διάρκεια υλοποίησης του έργου ορίζεται σε δώδεκα (12) μήνες από την υπογραφή της σύμβασης.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες κατατάσσονται στον ακόλουθο κωδικό του κοινού λεξιλογίου των δημοσίων συμβάσεων: CpV 79340000-9

Έχει εγγραφεί πίστωση στον προϋπολογισμό του Δήμου Ιωαννιτών για τα έτη 2024-2025 με Κ.Α.: 02.00.6431.008 ποσού 119.999,99€ και τίτλο : «Στοχευμένη ψηφιακή προβολή- (Υπουργείο Μετανάστευσης & Ασύλου)», από την οποία θα γίνει δέσμευση ποσού 36.000,00€ για το 2024, ενώ για το 2025 θα γίνει αντίστοιχη εγγραφή πίστωσης ποσού 83.999,99€ στον προϋπολογισμό του Δήμου.

Ιωάννινα, 20.06.2024
Η συντάξασα

Ελέγχθηκε
Η Προϊσταμένη Τμήματος

Θεωρήθηκε
Η Αν. Προϊσταμένη Διεύθυνσης

Θάλεια Οικονόμου-Συρμακέση
ΠΕ Μουσειολόγος

Ελένη Μπασογιάννη
ΔΕ Διοικητικού Λογιστικού

Κυριακή Γιακαμόζη
ΠΕ Διοικητικού Οικονομικού

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΔΗΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΤΩΝ
Δ/ΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έργο: «Στοχευμένη ψηφιακή προβολή-
(Υπουργείο Μετανάστευσης & Ασύλου)».

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΡΟΜΕΤΡΗΣΗ

A/A	ΕΙΔΟΣ	ΜΟΝΑΔΑ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ
1	Content Assets	τεμ.	1
2	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience	τεμ.	1
3	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Native Advertising	τεμ.	1

Ιωάννινα, 20.06.2024
Η συντάξασα

Ελέγχθηκε
Η Προϊσταμένη Τμήματος

Θεωρήθηκε
Η Αν. Προϊσταμένη Διεύθυνσης

Θάλεια Οικονόμου-Συρμακέση
ΠΕ Μουσειολόγος

Ελένη Μπασογιάννη
ΔΕ Διοικητικού Λογιστικού

Κυριακή Γιακαμόζη
ΠΕ Διοικητικού Οικονομικού

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΔΗΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΤΩΝ
Δ/ΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έργο: «Στοχευμένη ψηφιακή
προβολή-(Υπουργείο Μετανάστευσης
& Ασύλου)».

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

A/A	ΕΙΔΟΣ	ΜΟΝΑΔΑ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝ.	ΑΞΙΑ
1	Content Assets	τεμ.	1	29.03226	29.032,26
2	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience	τεμ.	1	38.709,67	38.709,67
3	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Native Advertising	τεμ.	1	29.032,26	29.032,26
				ΣΥΝΟΛΟ	96.774,19
				ΦΠΑ 24%	23.225,80
				ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	119.999,99

Ιωάννινα, 20.06.2024
Η συντάξασα

Ελέγχθηκε
Η Προϊσταμένη Τμήματος

Θεωρήθηκε
Η Αν. Προϊσταμένη Διεύθυνσης

Θάλεια Οικονόμου-Συρμακέση Ελένη Μπασογιάννη
ΠΕ Μουσειολόγος ΔΕ Διοικητικού Λογιστικού

Κυριακή Γιακαμόζη
ΠΕ Διοικητικού Οικονομικού

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΔΗΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΤΩΝ
Δ/ΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έργο: «Στοχευμένη ψηφιακή
προβολή-(Υπουργείο Μετανάστευσης
& Ασύλου)».

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ χωρίς Φ.Π.Α.

- Άρθρο 1: Content Assets
Τιμή ενός (1) τεμαχίου: είκοσι εννέα χιλιάδες τριάντα δύο ευρώ και είκοσι έξι λεπτά
(29.032,26 €)
- Άρθρο 2: Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience
Τιμή ενός (1) τεμαχίου: τριάντα οκτώ χιλιάδες επτακόσια εννέα ευρώ και εξήντα επτά λεπτά
(38.709,67 €)
- Άρθρο 3: Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Native Advertising
Τιμή ενός (1) τεμαχίου: είκοσι εννέα χιλιάδες τριάντα δύο ευρώ και είκοσι έξι λεπτά
(29.032,26 €)

Ιωάννινα, 20.06.2024
Η συντάξασα

Ελέγχθηκε
Η Προϊσταμένη Τμήματος

Θεωρήθηκε
Η Αν. Προϊσταμένη Διεύθυνσης

Θάλεια Οικονόμου-Συρμακέση Ελένη Μπασογιάννη
ΠΕ Μουσειολόγος ΔΕ Διοικητικού Λογιστικού

Κυριακή Γιακαμόζη
ΠΕ Διοικητικού Οικονομικού

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΔΗΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΤΩΝ
Δ/ΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έργο: «Στοχευμένη ψηφιακή
προβολή-(Υπουργείο Μετανάστευσης
& Ασύλου)».

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΕΝΤΥΠΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

A/A	ΕΙΔΟΣ	ΜΟΝΑΔΑ	ΠΟΣΟ ΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝ.	ΑΞΙΑ
1	Content Assets	τεμ.	1		
2	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience	τεμ.	1		
3	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Native Advertising	τεμ.	1		
				ΣΥΝΟΛΟ	
				ΦΠΑ 24%	
				ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	

Ιωάννινα

Ο ΠΡΟΣΦΕΡΩΝ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΔΗΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΤΩΝ
Δ/ΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έργο: «Στοχευμένη ψηφιακή
προβολή-(Υπουργείο Μετανάστευσης
& Ασύλου)».

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΕΝΤΥΠΟΥ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Άρθρο 1:	Content Assets Τιμή ενός (1) τεμαχίου:	(€)
Άρθρο 2:	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Video Awareness στοχευμένη σε Premium Audience Τιμή ενός (1) τεμαχίου:	(€)
Άρθρο 3:	Παράδοση αναφοράς αποτελεσμάτων της καμπάνιας Native Advertising Τιμή ενός (1) τεμαχίου:	(€)

Ιωάννινα

Ο ΠΡΟΣΦΕΡΩΝ