zał. nr 6 do SIWZ- Harmonogram programu pt."Promocja certyfikacji innowacyjnych przetworów z owoców i warzyw"

Harmonogram należy uszczegółowić o konkretne działania

Działanie	Opis działania	10.2018	11.2018	12.2018	01.2019	02.2019	03.2019	04.2019	05.2019	06.2019	07.2019	08.2019	09.2019	10.2019	11.2019	12.2019
	Reklama w telewizji, radio, prasie lub innych mediach															
1.1	Kreacia i produkcja materiałów do kampanii w mediach															
1.2	Kampania w mediach i internecie obejmująca treści wideo jak i wykorzystanie osób wpływowych															
1.3	Emisja doniesień naukowych w prasie specjalistycznej															
	Organizacja szkoleń i konferencji															
2.1	Promocja w sieciach handlowych (sampling i komunikacja)															
	Udział w pokazach, wystawach i targach															
3.1	Udział w piknikach naukowych oraz spotkaniach z konsumentami. Organiziacja debat naukowych i udział w konferencjach naukowych															
	Organizacja szkoleń i konferencji															
4.1	Organizacja np. szkoleń/warsztatów dla przedstawicieli branży spożywczej zainteresowanych lub peodukujących innowacyjne przetwory owocowo - warzywne															
4.2	Koszty ekspertów															
	Prowadzenie serwisu internetowego															
5.1	Prowadzenie serwisu internetowego															
	Publikacja i dystrybucja broszur, ulotek, plakatów, zaproszeń i innych materiałów informacyjno-promocyjnych															
6.1	Przygotowanie (w tym opracowanie i druk) materiałów na potrzeby spotkań z konsumentami															
6.2	Przygotowanie (w tym opracowanie i druk) materiałów na potrzeby spotkań z środowiskami opiniotwórczymi															
	Badania efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot															
7.1	Badanie świadomości konsumentów realizowane przed, w trakcie i na zakończenie kampanii															
	Wynagrodzenie wykonawcy - dostawcy towarów oraz usług niezbędnych do realizacji zadania															
8.1	Wynagrodzenie dostawcy towarów lub usług															
8.2	Prowadzenie Biura Prasowego (minimum jedna informacja prasowa z follow up miesięcznie, reagowanie na negatywne doniesienia prasowe)															
8.3	Reagowanie na negatywnie doniesienia prasowe, w szczególności na temat zawartości cukru w owocach i przetworach															