

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, prowadzonego przez Biuro Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, na **zakup danych telemetrycznych**.

1. Usługa obejmuje:

- a) dostarczanie baz danych z ciągłego pomiaru widowni telewizyjnej za okres **od 1 kwietnia 2012 r. do 31 marca 2015 r.** realizowanego na panelu – reprezentatywnym ze względu na społeczno-demograficzne cechy gospodarstw domowych posiadających odbiorniki telewizyjne na terenie całego kraju,
- b) udostępnienia wielomodułowego oprogramowania niezbędnego do potrzeb związanych z wykorzystaniem tych baz danych na wskazanych przez Zamawiającego stanowiskach i we wskazanych przez Zamawiającego obszarach
- c) udostępnienie archiwalnych baz danych telemetrycznych obejmującej lata 1997 – 2011 i oprogramowania do analizy tych danych;
- d) przeprowadzenie wszelkich niezbędnych konsultacji i instruktażu w zakresie obsługi udostępnionego oprogramowania i baz danych;
- e) świadczenia usługi serwisowej przez cały okres obowiązywania umowy, polegającej na stałej obsłudze bazy danych i oprogramowania.

2. W celu realizacji usługi:

- a) Wykonawca użyje Systemu co najmniej 1100 Mierników do pomiaru widowni telewizyjnej z ogólnopolskiego, reprezentatywnego panelu i za pośrednictwem Internetu udostępni Zamawiającemu, dane dotyczące:

1) oglądalności następujących kanałów telewizyjnych koncesjonowanych w Polsce:

TVP 1, TVP 2, TVP HD, TVP Historia, TVP Info, TVP Kultura, TVP Polonia, TVP Seriale, TVP Sport, POLSAT, POLSAT 2, POLSAT Cafe, POLSAT Film, POLSAT Futbol, POLSAT News, POLSAT Play, POLSAT Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Sport HD, ALE KINO+, CANAL+FILM, CANAL+POLSKA, CANAL + SPORT, CANAL + WEEKEND, CANAL + GOL, CSB TV, Czwórka Polskie Radio, DOMO+ TV, KUCHNIA +, PLANETE +, MINIMINI+, TELETOON+, TVN, TVN 24, TVN Meteo, TVN Style, TVN TURBO, TVN+1, TVN7, 4FUN.TV, ESKA TV, ITV, KINO POLSKA, KINO POLSKA Muzyka, ORANGE Sport, POLO TV, PULS, Rebel TV, Religia TV, RODIN TV, SUPERSTACJA, TELE 5, TV 4, TV 6, TV Silesia,

oraz oglądalności następujących kanałów telewizyjnych nie posiadających polskiej koncesji:

Animal Planet, 13Street, Universal-Hallmark, AXN, AXN Crime, AXN Sci-Fi, BBC Cbeebies, BBC Entertainment, BBC Knowledge, BBC Lifestyle,

- Boomerang, Cartoonnetwork, Comedy Central, DISCOVERY, Discovery Historia, Discovery Science, Discovery World, Disney Channel, Disney Junior-Play House, Disney, Disney XD, HBO, HBO Comedy, HBO2, History, EUROSPORT, Extreme Sport, Filmbox, FOX, Fox Life, Kuchnia TV, Movies 24, MTV POLSKA, National Geographic, Polonia 1, POLSAT Jim Jam, Sci Fi, Sport Klub, TCM, TLC, TRAVEL CHANNEL, Universal Channel, VH1, VIVA Polska, Wedding TV, ZONE CLUB, Zone Europa, Zone Reality, Zone Romantica (dane minuta – po – minucie) przygotowywanych w formacie umożliwiającym ich odczyt w oprogramowaniu;
- 2) oglądalności monitorowanych kanałów wskazanych przez Zamawiającego, (dane minuta – po – minucie) we wskazanych przez Zamawiającego grupach celowych przygotowywane w formacie plików tekstowych w sposób i terminie wskazanym przez Zamawiającego;
 - 3) oglądalności monitorowanych programów, bloków i spotów reklamowych oraz wskazań sponsorskich w formacie umożliwiającym ich odczyt w oprogramowaniu;
 - 4) oglądalności wśród ogółu badanych, poszczególnych grup wyodrębnionych na podstawie kryteriów społeczno-demograficznych i konsumenckich oraz grup tworzonych według wybranej kombinacji tych cech;
- b) Wykonawca dostarczy oprogramowanie i zainstaluje je na wskazanych stanowiskach pracy w siedzibie Zamawiającego w celu dokonywania odczytu i przetwarzania otrzymanych baz danych;
- c) Oprogramowanie pozwoli na wykonywanie poniższych typów analiz (raportów) spośród poniżej wymienionych:
- 1) wielkości widowni audycji telewizyjnych, bloków i spotów reklamowych oraz wskazań sponsorskich oraz pasm autopromocyjnych w każdej minucie oraz w dowolnych pasmach czasowych,
 - 2) umożliwiających analizę ramówek stacji telewizyjnych,
 - 3) graficzną formę prezentacji wielkości widowni i pozycji programowych,
 - 4) zasięgu i częstotliwości oglądania,
 - 5) migracji widowni między kanałami,
 - 6) pomiaru efektywności kampanii reklamowych wraz z analizą jej kosztów,
 - 7) porównujących skuteczność wybranych kampanii reklamowych,
 - 8) monitorujących aktywności reklamowe wybranych marek (Brand) w danym okresie.