.....
(pieczęć nagłówkowa Oferenta)

Proponowane wartości wskaźników marketingowych przez Oferenta

Nazwa	Poziom wskaźnika do osiągnięcia
Liczba publikacji o CPA w mediach wygenerowanych przez działania media relations prowadzone przez Wykonawcę przy współpracy z Zamawiającym **(na koniec kampanii)**	……
Liczba publikacji o CPA w mediach wygenerowanych przez działania media relations prowadzone przez Wykonawcę przy współpracy z Zamawiającym **(w ciągu pierwszych 3 miesięcy od startu kampanii)**	……
Liczba wejść na portal współpracy **(na koniec kampanii)** z kampanii internetowej realizowanej przez Wykonawcę oraz z mediów społecznościowych i z publikacji internetowych zainspirowanych przez Wykonawcę	…… (min. 60 000)
Minimalna liczba wejść na portal współpracy **(w pierwszych 3 miesiącach od jego uruchomienia)** z kampanii internetowej realizowanej przez Wykonawcę oraz z mediów społecznościowych i z publikacji internetowych zainspirowanych przez Wykonawcę	…… (min. 20 000)
Liczba zgłoszonych pomysłów na usługi API poprzez portal współpracy **w pierwszych 6 miesiącach** realizacji kampanii.	50 (wartość ustalona)
Średnia liczba uczestników pojedynczego wydarzenia CPA, liczona na podstawie liczby aplikacji zewnętrznych wywołujących usługi na Platformie API CPA (informacje te będą przekazywane po każdym wydarzeniu przez Zamawiającego).	10 (wartość ustalona)
Wielkość społeczności CPA **po 6 miesiącach od startu kampanii** (liczba członków dedykowanej grupy Facebook)	…… (min. 500)
Wielkość społeczności CPA **po 6 miesiącach od startu kampanii** (liczba członków dedykowanej grupy LinkedIn)	…… (min. 250)
Wielkość społeczności CPA **na koniec kampanii** (liczba członków dedykowanej grupy Facebook)	……
Wielkość społeczności CPA **na koniec kampanii** (liczba członków dedykowanej grupy LinkedIn)	……

(miejsce, data) (podpis reprezentanta Oferenta)