

CAIET DE SARCINI

Servicii de comunicare și promovare instituțională

1. Context

Agenția de Investiții din Moldova intenționează să contracteze o companie de comunicare și promovare instituțională pentru a sprijini promovarea inițiativelor, evenimentelor și proiectelor organizate de Agenție. Obiectivul principal este creșterea vizibilității și audienței în rândul exportatorilor și companiilor locale beneficiare ale programelor elaborate de Agenția de Investiții. Abordarea trebuie să fie adaptată publicului local, ținând cont de diversitatea canalelor și peisajului media.

Activitățile de comunicare și PR se vor desfășura în principal în municipiul Chișinău, cu posibilitatea extinderii la nivel național în funcție de agenda de evenimente.

2. Comunicare și promovare instituțională:

2.1 Implementarea campaniilor de comunicare și promovare instituțională, conform planului de comunicare lunar pentru cel puțin 12 activități de rezonanță cu sau fără eveniment de presă pe durata contractuală, care conțin:

2.1.1. Conceperea materiale vizuale de impact, adaptate pentru rețele sociale (Instagram, Facebook, LinkedIn etc.), dar și pentru utilizare în standuri expoziționale, broșuri și alte suporturi de promovare fizică;

2.1.2. Comunicate de presă și video-uri la solicitarea Beneficiarului;

2.1.3. Asigurarea acoperirii mediatică locală și internațională a activităților Invest Moldova, prin:

a) organizarea de interviuri în presa de business și generalistă.
b) organizarea conferințelor de presă la necesitate.
c) asigurarea comunicării și vizibilității activităților Agenției de Investiții prin redactarea și distribuirea materialelor informative înainte și după evenimentele strategice, precum și prin coordonarea cu mass-media și jurnaliști relevanți.

d) evenimentele prioritare pentru care va fi necesară comunicarea includ:

- Forumuri bilaterale de afaceri.
- Misiuni de export (Export Missions);
- Webinare și sesiuni B2B online dedicate promovării ofertei investiționale.
- Lansări de programe sau inițiative economice relevante.
- Evenimente dedicate promovării imaginii de țară și consolidării brandului național.

2.1.3. Crearea campaniilor de promovare online cu/și fără plată pe rețelele sociale, la solicitarea Beneficiarului (Facebook, LinkedIn, Instagram, Youtube) ;

2.1.4 Elaborarea și livrarea comunicatelor de presă în limba română, în funcție de necesitățile campaniilor și activităților desfășurate;

2.1.5 Raportul săptămânal de monitorizare media;

2.1.6 Organizarea unei întrevederi offline cu jurnaliști locali;

2.1.7 Producerea video-urilor originale, optimizate pentru platformele sociale (Facebook, Instagram, YouTube), cu durată de 1-3 minute fiecare.

3. Domeniul de activitate

În cadrul acestei etape inițiale, compania contractată va realiza activități esențiale pentru a fundamenta direcția strategică a comunicării și pentru a asigura o implementare coerentă și eficientă a campaniilor.

3.1.1. Stabilirea priorităților Agenției în materie de design grafic, inclusiv:

a) elemente de design pentru necesitățile Agenției;

- b) standardele grafice pentru rețelele sociale (dimensiuni, stil vizual, cromatică etc.);
- c) recomandări de formate de conținut (articole, infografice, video-uri, testimoniale);
- d) canale de difuzare (presa scrisă, online, social media, invitații emisiuni, canale media etc.).

3.1.2. Elaborarea unui calendar editorial detaliat, cu termene clare pentru producția și difuzarea conținutului (content calendar), în corelare cu agenda Agenției de Investiții pentru anul 2025.

3.1.3. Crearea unei baze de date media, care va include: jurnaliști economici locali de la instituții de presă relevante (naționale).

3.1.4. Stabilirea termenelor și calendarului de livrare a livrabilelor:

- a) planificarea etapelor de lucru (faza pregătitoare, creare conținut, distribuție, raportare);
- b) termene intermediare și finale pentru fiecare livrabil;
- c) mecanisme de aprobare și feedback cu reprezentanții Agenției.

3.5 Pentru a evalua succesul acestor acțiuni, compania selectată trebuie să propună Indicatori-cheie de performanță (KPI), inclusiv, dar fără a se limita la:

- a) creștere cu minim 20% a numărului de mențiuni media locale;
- b) minimum 100.000 afișări ale conținutului informativ de pe pagina web oficială a Agenției, cât și pe alte platforme media;
- c) minimum 10 interviuri în presă de business sau generalist.

Indicatorii-cheie de performanță vor fi evaluați trimestrial, în baza rapoartelor furnizate de Prestator și datele monitorizate de Agenție.

4. Livrabile

4.1. Strategie de comunicare și conținut

4.1.1. Document cu termene clare de execuție;

4.1.2. Minimum 48 de postări distribuite pe rețelele sociale (minim 8/lună), din care:

- a) cel puțin 3 postări video, la cererea Agenției;
- b) cel puțin 5 infografice tematice;
- c) cel puțin 8 postări legate de evenimente.

4.1.3. Bază de date cu 15 de contacte media;

4.1.4. Minimum 5 articole/interviuri în canale diverse;

4.1.5. Minimum 100 de mențiuni în presa locală, documentate prin linkuri, capturi de ecran și date de trafic/acoperire. Sunt considerate valabile mențiunile în articole relevante de știri, interviuri, reportaje sau materiale video;

4.1.6. Organizarea a minimum unei conferințe de presă la necesitate;

4.2. Rapoarte

4.2.1. Raport media săptămânal privind menționarea în presă, cu descriere (dată, titlu, link);

4.2.2. Rapoarte lunare privind numărul materialelor de design efectuate. Fiecare raport lunar va fi însoțit de un deviz de cheltuieli și o anexă de confirmare a activităților realizate pentru deblocarea tranșei lunare.

4.2.3. Raport final de performanță conform KPI.

4.2.4. Raportarea se va efectua în format digital (PDF) și va include un tabel privind stadiul livrabilelor, conform calendarului editorial.

4.2.5. Toate livrabilele vor fi prezentate spre aprobare Direcției promovare imagine de țară. Agenția este obligată să ofere feedback în termen de 5 zile lucrătoare de la primirea livrabilului. În lipsa unui răspuns în acest termen, livrabilul se consideră acceptat tacit.

CAIET DE SARCINI

Servicii de comunicare și promovare instituțională

Numărul maxim de revizuiți admise pentru un livrabil este 3. La a treia versiune, se va organiza o ședință comună pentru soluționare.

4.2.6. Toate livrabilele vor fi revizuite și aprobate de către directorul și directorul adjunct al Agenției.

5. Durata

5.1. Perioada valabilității contractului: pe parcursul anului 2025. Activitatea începe imediat după semnarea contractului.

6. Eligibilitate

6.1. Compania trebuie să prezinte dovada a minimum 5 proiecte de comunicare și PR realizate în ultimii 5 ani, inclusiv linkuri sau capturi relevante.

6.2. Echipa trebuie să includă obligatoriu:

- doi copywriteri (RO/EN) cu minim 3 ani experiență și participare la 3 proiecte relevante (CV + portofoliu);
- un specialist media relations cu experiență demonstrată în cel puțin 2 campanii media naționale.
- un specialist grafic designer cu minim 3 ani experiență și participare la minim 3 proiecte relevante.

6.3. Subcontractarea unor roluri este permisă, cu condiția ca subcontractantul să respecte aceleași cerințe de eligibilitate. Oferta va include acordul scris de subcontractare și CV-urile acestora.

7. Condiții de Plată

7.1. Plata fiecărei tranșe lunare este condiționată de acceptarea livrabilelor aferente lunii respective, în baza unui proces-verbal de recepție.

Buget: 166.000 MDL, fără TVA.

Ofertele vor fi prezentate prin SIA RSAP Mtender, până la termenul-limită indicat în anunțul de participare.

8. Ofertantul va depune oferta tehnică, oferta financiară și portofoliu:

8.1. Oferta tehnică va conține:

a) Informații generale despre ofertant și o descriere detaliată a serviciilor oferite și a modului de acordare a acestora, descrierea proiectelor realizate, materiale din ultimii 5 ani.

b) Se va asigura conformitatea propunerilor cu specificațiile tehnice, dar și creativitatea și conformitatea acestuia cu identitatea Agenției.

8.2. Oferta financiară va cuprinde valoarea finală și totală a serviciilor prestate, inclusiv și toate taxele.

8.3. Portofoliu va cuprinde: Prezentare sau linkuri către materialele realizate, exemple de campanii de comunicare și PR.

9. Metoda de evaluare:

9.1. Criteriul de atribuire: cel mai scăzut preț.

9.2. Evaluarea se va face în baza conformității tehnice și financiare.

9.3. Oferta tehnică trebuie să respecte cerințele Caietului de sarcini și să demonstreze creativitate.

CAIET DE SARCINI
Servicii de comunicare și promovare instituțională

ELABORAT

Șef al Direcției promovare imaginii de țară

Valeria BRAGARENCO

COORDONAT

Șef al Secției management instituțional

Alexandru CRUDU

APROBAT

Președintele Grupului lucru, director

Natalia BEJAN