

Specificații tehnice (F4.1)

[Acest tabel va fi completat de către ofertant în coloana 4, iar de către autoritatea contractantă – în coloanele 1, 2, 3, 5]

Numărul procedurii de achiziție: ocds-b3wdp1-MD-1584455158520

Denumirea licitației: Lotul 1 Servicii de promovare pe canale digital

Cod CPV	Denumirea serviciilor	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant (col. va fi completat de către ofertant)	Standarde de referință
1	2	3	4	5
22462000-6. Lotul 1. Servicii de promovare pe canale digital				
1.1	Strategie Social Media	<p>Agentul economic va elabora o strategie anuală de comunicare pe canalele Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn,) care va conține:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza evoluției și situației curente a paginilor social media; 2. Descrierea audienței paginilor social media; 3. Principalele linii de comunicare detalizate pe mesaje (în baza obiectivelor stabilite de contractant); 4. Direcții și proiecte propuse pentru paginile social media care vor avea impact și eficiență. <p>Paginile social media care urmează a fi incluse sunt: Wine of Moldova, Moldova Wine Day, Vermisajul Vinului, LinkedIn.</p> <p>Strategia trebuie să fie elaborată în cel mult 10 zile, după semnarea contractului.</p>	<p>Formarea strategiei SM va include în primul rând un audit al activităților anterioare pe fiecare pagina vizată. Astfel ne vom asigura eficacitatea și eficiența audiențelor deja formate care au adus impact și exploatarea unor audiențe noi care vor susține și îmbunătăți strategia și obiectivele propuse.</p> <p>În principal, strategia SM va avea 3 piloni de bază:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Direcțiile de comunicare, story telling-ul și conceptul de visual propus pentru fiecare pagină. Acești piloni vor stabili un concept în baza căruia strategia va funcționa pentru perioada stabilită. De menționat este faptul că analizele de Post-buy rapoarte și ajustat conform recomandărilor venite din partea ofertantului. 	
1.2	Social media management	<p>Paginile gestionate conform detalizărilor de mai jos vor fi următoarele :</p> <ul style="list-style-type: none"> https://www.facebook.com/wineofmoldova/ https://www.facebook.com/moldovawineday/ https://www.facebook.com/vermisajulvinului/ https://www.instagram.com/wineofmoldova/ <p>LinkedIn (cont instituțional ONVV).</p>	<p>Planul de conținut va fi aprobat mai întâi ca direcții de comunicare pe platformele de Social Media.</p> <p>Fiecare postare din plan pentru fiecare platformă se va da spre aprobare cu data și ora de plasament.</p> <p>Termenele prezentare a calendarului vor fi în</p>	



Serviciul va include obligatoriu dar nu se va limita la :

1. Elaborare min. 20 postări pentru Facebook și 15 pentru Instagram lunar pentru pagina Wine of Moldova.
2. În cadrul campaniilor de promovare a evenimentelor : Ziua Națională a Vinului, Vernisajul Vinului de primăvară și de iarnă, a evenimentelor de promovare a zonelor Geografice protejate IGP, lansarea catalogului Vinurile de Aur ale Moldovei, ale Ghidului Oenoturistic, vor fi create separat câte 20 de postări per fiecare eveniment, pe paginile Facebook de referință. Bugetul total pentru serviciile de promovare pe social media va include în sine și servicii de boosting (costuri achitate de către compania prestatoare).
3. Elaborarea calendarului postărilor care va conține textul și vizualul postării, prezentat cu cel puțin 1 săptămână înainte de începerea fiecărei luni. Pentru campaniile de promovare a evenimentelor, calendarul va fi prezentat cu cel puțin 2 săptămâni înainte de începerea campaniei.
4. Va fi realizat planul de promovări cu indicarea bugetului aferent fiecărei postări.
5. Realizare frame pentru postari (cel puțin 8, dintre care 4 pentru fiecare eveniment sus menționat) și design pentru unele din postari (cel puțin 7 lunar).
6. Deplasarea echipei și realizare live-urilor la toate evenimentele majore dar și la alte evenimente la contractantului.
7. Crearea a cel puțin 4 Facebook Events pentru campaniile naționale și gestionarea acestora.
8. Setarea unor micro campanii: carousel ads, video views etc.
9. Agentul economic va asigura traducere postărilor de către un traducător profesionist în limbile rusă, engleză și în limba ucraineană după solicitare. (Targetarea și acțiuni aferente vor fi parte a bugetului total oferit).

NOTA! În sarcină vor fi incluse serviciile privind:

- Gestionarea comunității.
- Pregătirea și scrierea răspunsurilor adresate de public pe paginile Wine of Moldova, Vernisajul Vinului, Ziua Națională a Vinului

conformitate cu solicitarea clientului.

La nivel de gestionarea a comunității va fi necesar o persoană din partea clientului pentru a ne putea oferi toate detaliile mai ales în privința evenimentelor. Astfel, noi vom putea mișcarea la minim timpul de răspuns, iar acest fapt va influența activitatea bună a paginii. Totuși ca și KPI, acest termen nu trebuie să fie mai mare de 12 ore. Evident, unele întrebări vor avea răspunsuri automate.

Pentru deplasările echipei de content makeri la evenimente ce presupun realizarea live-urilor recomandăm ca acestea să fie achitate de către autoritatea contractantă.



1.3	Facebook and Instagram Ads	<p>Target:</p> <p>a) Consumatori de vin îmbuteliat și divin, începători și pasionați de turism oenologic - 21-65 ani, rural(70%) urban (30%), studii medii plus, venit mediu plus, limba de comunicare, româna (60%), rusa (40%),</p> <p>b) Profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc.</p> <p>c) Va fi realizat raportul lunar de activitate, cu indicarea bugetelor cheltuite pentru fiecare postare, rezultatelor obținute de fiecare postare și recomandări/concluzii.</p> <p>d) Promo la fiecare postare va fi setate obligatoriu pentru a acoperi Moldova și țările vecine : România și Ucraina cu un buget de minimum 3-5 usd per postare, în sistem.</p>	<p>Planul de postări sponsorizate pentru fiecare platformă va fi mai întâi aprobat la nivel de audiență per postare cu indicate exactă țării/ orașului pentru care va fi destinată.</p> <p>Bugetul minim pentru fiecare postare va fi repartizat conform impactului care se va dori de obținut din fiecare postare, plus se va lua în calcul KPI-ul de cel puțin 150 000 pe people reach, care trebuie atins.</p> <p>Raporturile de post-buy se vor efectua pentru 28 de zile de activitate pentru a putea evalua rezultatele curente și recomandările pentru luna următoare de activitate.</p>
-----	----------------------------	---	---

Denumirea întreprinderii: A.P. "Indigo Grup" S.R.L

Numele, prenumele directorului: Diana BOICO

Semnătura:

