

			Anexa nr. 22 la Documentația standard nr. _____ din “ ____ ” _____ 20__						
	Specificații tehnice								
	[Acest tabel va fi completat de către ofertant în coloana 3 iar de către autoritatea contractantă – în coloanele 1 și 2]								
	Numărul procedurii de achiziție: ocds-b3wdp1-MD-1744195913464 din 09.04.2025								
	Obiectul achiziției: Servicii de promovare a ofertei educaționale a universităților din Republica Moldova								
	Nr.	Denumirea lotului	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant					
	1		2	3					
	1	LOT 1 Servicii de promovare a studiilor universitare în Republica Moldova Cod CPV: 79952100-3							
	1.1	Campanie de comunicare online a studiilor universitare din Republica Moldova	Conform specificației tehnice descifrate din Caietul de sarcini	Campanie Google Ads: 1. Crearea și lansarea campaniei de Google Ads pe o perioadă de 3 luni pentru creșterea traficului pe site-urile universităților din Moldova. 2. Crearea a 3 articole SEO optimizate pentru a atrage audiența țintă din India. 3. Monitorizarea zilnică a campaniei, ajustarea bugetului și a cuvintelor cheie					

		pentru a maximiza traficul. 4. Raportarea lunară a performanței campaniei, cu analiza numărului de vizitatori unici (scop: minimum 15.000 vizitatori). Postări pe Instagram și TikTok: 1. Crearea unui calendar editorial pentru 3 luni, cu 20 de postări (texte și imagini) pe Instagram și 20 de reels pe TikTok. 2. Realizarea și editarea a 8 videoclipuri de promovare a studiilor universitare în Moldova. 3. Distribuirea postărilor și video-urilor conform calendarului stabilit, cu promovare plătită pe TikTok și Instagram pentru a ajunge la publicul țintă. 4. Monitorizarea engagement-ului și ajustarea postărilor pentru a maximiza impactul. Producție Video Promoțională: 1. Crearea unui spot video de 90 secunde și a unei variante scurte de 30 secunde, care va prezenta facilitățile și modernizările din universitățile din Moldova. 2. Realizarea unui voice-over în limba engleză, care va sublinia avantajele educației în Moldova pentru studenții internaționali. 3. Filmare și editare a videoclipurilor care vor include imagini din campusuri și interviuri cu studenți locali din Republica Moldova. 4. Promovarea video-urilor prin campanii plătite pe YouTube, Instagram și TikTok pentru a ajunge la audiența țintă din India. Creatori de conținut locali din Moldova: 1. Identificarea și colaborarea cu influenceri locali din Republica Moldova care
--	--	---

			vor ajuta la promovarea universităților și a programelor de studii. 2. Crearea unui plan de colaborare cu aceștia pentru a produce conținut vizual autentic (imagine, video) ce va fi distribuit pe rețelele lor sociale pentru a atrage tineretul local și internațional. 3. Implementarea unei campanii comune cu influenceri locali pentru a spori credibilitatea și a adresa publicul țintă din Moldova.
1.2	Stabilirea de parteneriate cu agenți educaționali, influenceri sau vloggeri educaționali din India	Conform specificației tehnice descifrate din Caietul de sarcini	Identificarea și selecția influencerilor: 1. Identificarea și selectarea a minimum 3 influenceri educaționali din India (fie agenți educaționali, fie vloggeri educaționali) prin cercetarea pe rețelele sociale (Facebook, Instagram, YouTube). 2. Crearea unui plan de colaborare cu acești influenceri, stabilind obiectivele campaniei, termenele și modalitățile de promovare. 3. Negocierea termenilor de colaborare și semnarea acordurilor de parteneriate. 4. Implementarea planului de promovare online prin postări și sesiuni live pe TikTok, Instagram și YouTube, axate pe avantajele studiilor în Moldova. 5. Crearea unei rețele de ambasadori: studenți indieni în Moldova, care vor promova universitățile prin testimoniale video și postări.
1.3	Servicii de organizarea a minim 2 webinare interactive cu reprezentanții universităților din Moldova	Conform specificației tehnice descifrate din Caietul de sarcini	Organizarea webinarilor: 1. Planificare și stabilire agendă: Contactarea reprezentanților universităților din Moldova pentru a stabili subiectele și agențele webinarilor. 2. Recrutare participanți: Identificarea audienței țintă în India și recrutarea participanților din marile orașe indiene, cu scopul de a atinge minim 200 de participanți. 3. Promovare webinare: Crearea unui plan de promovare a webinarilor pe

[illegible]