

Specificații tehnice

[Acest tabel va fi completat de către ofertant în coloanele 2, 3, 4, 6, 7, iar de către autoritatea contractantă – în coloanele 1, 5,]

Numărul procedurii de achiziție nr. ocds-b3wdpl-MD-1761580645556 din 27/10/2025

Obiectul achiziției: **Publicitate și servicii de promovare**

Denumirea serviciilor	Denumirea modelului/ serviciilor	Țara de origine	Producătorul	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant	Standarde de referință
1	2	3	4	5	6	7
Lotul nr.1 Publicitate online și promovare pe rețele sociale						
Promovare spoturi video		Republica Moldova		Minim 4 spoturi video, format 16:9, HD (1080p), livrate prin campanii Video in Google Ads, DV360 ș.a.; targeting comportamental și geografic	Se vor promova minimum 4 spoturi video pe parcursul a 3 luni. Promovarea serviciilor prin intermediul materialelor video va contribui la creșterea gradului de informare și la stimularea utilizării serviciilor publice digitale. Optimizarea campaniilor video (spoturi livrate prin Google Ads și DV360) este planificată pe baza indicatorului CPM (valoare medie estimată: €0.90, <i>CPM mediu general pe YouTube Googe Ads & DV360 -0.9 – 1.1 €</i>), cu un volum total de aproximativ 5.500.000 impresii. Monitorizarea campaniilor va fi realizată zilnic printr-un „daily health check”, urmărind următorii indicatori: bugetul, ritmul livrării impresiilor (impressions pacing), CPM, CPV (cost per video view) și VTR. În plus, optimizarea campaniilor video va include și un channels check, pe baza căruia va fi elaborată o listă de excludere a canalelor (exclude list), ce va fi utilizată pentru campaniile ulterioare, cu scopul de a asigura o plasare eficientă și brand safety a mesajelor. Raportarea va include: - Raport 1: raport final cu analiza rezultatelor versus obiective, precum și raportare în timp real prin Google Data Studio (cu acces oferit echipei AGE), care va include principalii indicatori: reach, impresii, cost per rezultat, audiențe atinse; - Raport 2: dovezi de implementare – capturi de ecran din platforme, linkuri către Facebook Ad Library (dovezi ale activității) și Google Ads Library. Coordonarea activităților va fi asigurată de liderul de echipa pentru acest proiect din cadrul Indigo Grup, în colaborare directă cu persoana responsabilă de comunicare din partea AGE.	Am lucrat la lansarea unui produs nou: Casa Mega (proiect de e-commerce). Obiectivul general: creșterea gradului de informare despre produsul nou în rândul clienților existenți și noi. În plus, creșterea vânzărilor cu +30% față de perioada agreeată cu clientul. Soluția: am realizat un flowchart (cu volumul estimat săptămânal de impresii, reach, CPM, CPC, vânzări etc.) și am propus o etapă de big launch, în care, pentru promovare, au fost utilizate platformele Google Ads, DV360, META (cu un share de buget de 80%), precum și site-uri locale. Pe parcursul activităților, am propus și au fost elaborate (împreună cu echipa noastră și Casa Mega) multiple materiale creative, cu direcții diferite pentru diverse segmente de audiență, atât format video, cât și static, urmărind constant eficiența acestor creative în promovare și ajustând la necesitate pentru a maximiza impactul campaniei și pentru a atinge KPI setati cu clientul. Pe parcursul a 3 luni, am elaborat rapoarte lunare în format de slides, unde au fost prezentate rezultatele pentru fiecare obiectiv (awareness, engagement, sales), insights despre materiale creative, precum și concluzii privind activitatea influențierilor. Rezultate: campania a atins peste 1 milion de persoane, a generat o creștere de +51,6% a traficului pe site și +30% vânzări (față de perioada agreeată cu clientul).
Promovare conținut (posts, reels) pe Meta: Facebook și Instagram		Republica Moldova		Minim 3 postări pe săptămână promovate (postări imagini și text/video reels, story-uri); targeting comportamental pe interese și audiențe existente; optimizare pentru reach și engagement; Minim 36 promovări	Ofertantul va promova conținut generat de AGE (posts, reels) pe Meta: Facebook și Instagram pe parcursul a 3 luni. Planificarea și promovarea serviciilor publice digitale, precum și creșterea gradului de informare și utilizare, vor fi realizate în baza planului media și a volumului estimat, agreeate de ambele părți. Promovare conținut (posts, reels) pe Meta: Facebook și Instagram a fost planificată pe baza indicatorului CPM (medie estimată: €0.95, <i>CPM mediu general pe META, mix optimizări: -0.9 – 1.2 €</i>), cu un volum total de aproximativ 6,315,789 impresii. CPM-ul include toate tipuri de optimizări de promovare, precum Post engagement / comentarii, shares, likes, etc., (conținut general de AGE: postări, vdeo pe Facebook și Instagram); Reach, ca sa continuam sa crestem gradul de informare si utilizarwa a acestora de catre populatie; Video views – care ne va ajuta sa colectam audienta pe baza cel care deja a vazut video (ca exemplu 15 sec) si creeam lookalike audience, pentru a atinge audientele potrivite campaniei de comunicare. Monitorizarea campaniilor va fi realizată zilnic printr-un „daily health check”, urmărind următorii indicatori: bugetul, CPM, Cost per results, Raportarea va include: - Raport 1: raport final cu analiza rezultatelor versus obiective, precum și raportare în timp real prin Google Data Studio (cu acces oferit echipei AGE), care va include principalii indicatori: reach, impresii, cost per rezultat, audiențe atinse; - Raport 2: dovezi de implementare – capturi de ecran din platforme, linkuri către Facebook Ad Library (dovezi ale activității) și Google Ads Library. Coordonarea activităților va fi asigurată de liderul de echipa pentru acest proiect din cadrul Indigo Grup, în colaborare directă cu persoana responsabilă de comunicare din partea AGE.	În 2024 am avut ocazia să facem parte din lansarea comunicării campaniei “cashless” – campanie de promovare a plăților fără numerar și a cumpărăturilor online organizata de către ABM. Am planificat și implementat campania de informare pe platformele (DV360, Facebook, Instagram, YouTube și site-urile locale). Pe parcursul activității am monitorizat zilnic plasamentele și optimizat activitatea pentru a obține indicatorii planificați conform obiectivelor campaniei. O data la doua săptămâni se expedia raport cu rezultatele de performanță obținute, recomandari si sugestii in baza observatiilor facut in timpul monitorizarii plasamentelor. Iar la final de campania s-a prezentat un raport general pe toata perioada de comunicare. Pentru toată perioada de activitate a campaniei am reușit să acoperim 89% din audiența țintă (utilizatori 30+ ani Moldova).
Promovare conținut pe LinkedIn		Republica Moldova		Minim 1 publicare pe săptămână promovată (imagini/video și text); targeting comportamental și pe interese, optimizare pentru reach și engagement; min. 12 promovări	Ofertantul va promova conținut pe LinkedIn pe parcursul a 3 luni. Planificarea și promovarea serviciilor publice digitale, precum și creșterea gradului de informare și utilizare, vor fi realizate în baza planului media și a volumului estimat, agreeate de ambele părți. Promovarea conținutului pe LinkedIn este planificată pe baza indicatorului CPM (medie estimată: €25.00), cu un volum total de aproximativ 62.000 impresii. Estimarea CPM-ului se bazează pe experiența anterioară de promovare pe LinkedIn pentru segmentul B2B, unde costurile se situează, în funcție de audiență și format, între 15–50 EUR (benchmark-ul mediu), pentru targetări foarte specifice și formate premium. Monitorizarea campaniilor va fi realizată zilnic printr-un „daily health check”, urmărind următorii indicatori: bugetul, CPM și numărul de impresii. Raportarea va include: - Raport 1: raport final cu analiza rezultatelor versus obiective, precum și raportare în timp real prin Google Data Studio (cu acces oferit echipei AGE), care va include principalii indicatori: reach, impresii, cost per rezultat, audiențe atinse; - Raport 2: dovezi de implementare – capturi de ecran din platforme, linkuri către Facebook Ad Library (dovezi ale activității) și Google Ads Library. Coordonarea activităților va fi asigurată de liderul de echipa pentru acest proiect din cadrul Indigo Grup, în colaborare directă cu persoana responsabilă de comunicare din partea AGE.	Pentru Moldcell , am planificat și gestionat campanii B2B pe LinkedIn pentru promovarea serviciilor vPBX și MTM, obținând un CPM conform nivelului planificat. De asemenea, am derulat un proiect pentru cursurile online din România – BOLD School , unde am propus elaborarea a 2–5 concepte creative distincte pentru LinkedIn. Acest demers a generat un CPC sub benchmark și aproximativ 200 de click-uri pe site, prin valorificarea optimă a bugetului aprobat.

Semnat:

Numele, Prenumele: Diana Boico

În calitate de: Administrator

Ofertantul: Indigo Grup SRL