

### Specificații tehnice

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

Numărul procedurii de achiziție ----						
Denumirea procedurii de achiziție: <i>Achiziționarea serviciilor de consultanță în marketing turistic, în cadrul Oficiului Național al Turismului</i>						
Cod CPV	Denumirea serviciilor	Țara de origine	Prestator	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.
79413000-2	<i>Servicii de consultanță</i>	MD	S.R.L. BUREAU OF ERM	<i>Conform caietului de sarcini</i>	<b>5.1. STRATEGIE OPERAȚIONALĂ DE MARKETING TURISTIC</b> - Etapă de inițiere (primele 2 săptămâni): analiză a documentelor interne ONT, campaniilor existente, bugetelor disponibile și priorităților de comunicare; ședință de lansare cu echipa desemnată; - Elaborarea planului operațional: calendar complet al campaniilor, responsabilități, termene, indicatori de performanță (KPI) per activitate; - Monitorizare bilunară: actualizări de progres la fiecare 2 săptămâni, rapoarte sintetice, identificarea	-

					<p>abaterilor și recomandări de corecție;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Coordonarea prestatorilor externi (conținut, media, evenimente) implicați în implementarea campaniilor.</li></ul> <p><b>Rezultat:</b> 1 plan operațional aprobat + rapoarte de progres bilunare pe durata contractului.</p> <p>5.2. SUPORT PENTRU STAKEHOLDERII DIN TURISM</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Audit inițial al produsului turistic per actor (sesiuni de 60–90 min, fizic sau online): analiza prezentării online actuale, propunerii de valoare, prețurilor, fotografiei, descrierilor și fluxului de rezervare;</li><li>- Livrare de recomandări scrise personalizate: propunere de valoare reformulată, mesaje pentru publicul internațional, structurarea pachetelor, optimizarea prezenței online;</li><li>- Sesiuni de grup tematic (crame, cazare, experiențe) pentru transfer de cunoștințe și bune practici;</li><li>- Sprijin în pregătirea pentru participarea la campanii ONT, platforme de distribuție sau acțiuni promoționale.</li></ul>	
--	--	--	--	--	--	--

					<p>Experiență relevantă directă: oferantul a lucrat cu antreprenori din turismul moldovenesc în cadrul agenției de publicitate Red Square și platforma Haide (60+ cazări și experiențe listate), ceea ce asigură înțelegerea contextului local și a barierelor reale de prezentare a produsului.</p> <p><b>5.3. GHIDARE PRIVIND DISTRIBUȚIA ȘI INTEGRAREA PE PLATFORME</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Analiză benchmarking: standarde de calitate și conversie per platformă (fotografii, descrieri, prețuri, recenzii);</li><li>- Ghiduri practice per tip de produs: cazare (Booking.com), experiențe și tururi (Viator, GetYourGuide), crame (Winerist), prezență locală (Google Business Profile);</li><li>- Recomandări privind cerințele de listare, standardele de conținut, elementele de conversie și pașii practici de integrare;</li><li>- Sesiuni individuale sau de grup de optimizare a profilurilor existente.</li></ul> <p><b>Rezultat:</b> set de ghiduri practice per platformă/tip de produs, utilizabile de ONT și stakeholderi pe termen lung.</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					<p><b>5.4. ATELIERE, WEBINARE ȘI SESIUNI DE LUCRU</b></p> <p>Atelier 1: Produsul tău turistic pe platformele internaționale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Public: crame, pensiuni, ghizi, organizatori de activități;</li> <li>- Conținut: cum se construiește un listing care convertește; fotografii, descrieri, prețuri, recenzii; pregătire pentru Viator, Booking, Winerist; exerciții practice de optimizare a profilului;</li> <li>- Format: prezentare (40%) + exerciții practice (40%) + Q&amp;A (20%); durată estimată 3 ore.</li> </ul> <p>Atelier 2: Storytelling digital și social media pentru turism</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Public: actori din sector, echipa ONT, antreprenori din turism;</li> <li>- Conținut: narativ autentic pentru produsul turistic; formate video (reels, stories, UGC); calendar editorial simplificat; studii de caz internaționale și locale;</li> <li>- Format: prezentare + studii de caz + atelier practic de creare conținut; durată estimată 3–4 ore.</li> </ul> <p><b>Rezultat per sesiune:</b> materiale de lucru descărcabile (checklist-uri, template-uri, ghiduri vizuale).</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					<p><b>5.5. CONCEPT ȘI SUPORT PENTRU CAMPANIE DIGITALĂ</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Etapa 1 Brief și cercetare: analiza publicului-țintă pe piețele prioritare, sezonabilitate, narativelor existente, resurselor disponibile (foto/video, stakeholderi);</li><li>- Etapa 2 Concept creativ: idee centrală + mesaj principal adaptat per piață; arhitectura mesajelor (awareness - interes - conversie); propuneri de format.</li></ul> <p>Fiecare concept va include: idee creativă și mesaj central, public-țintă și piețe vizate, arhitectura mesajelor, calendar editorial orientativ, recomandări de conținut (social media, reels, stories, articole scurte), mecanism de coordonare cu partenerii, KPI-uri (reach, engagement, trafic, click-uri, număr materiale publicate, participare stakeholderi).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Etapa 3 Coordonare implementare: briefing pentru prestatorii de conținut, validare materiale, monitorizare publicare și performanță, recomandări de optimizare în timp real.</li></ul>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>5.6. SUPORT PENTRU INIȚIATIVE DE PLATFORMĂ TURISTICĂ ȘI REZERVARE:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Analiza parcursului utilizatorului: identificarea punctelor de fricțiune în fluxul de descoperire și rezervare;</li><li>- Structurarea produselor: categorisire, descrieri standardizate, criterii de listare, prețuri afișate;</li><li>- Integrarea furnizorilor: ghid de onboarding, standarde minime de calitate a profilului;</li><li>- Recomandări privind fluxul de rezervare: confirmări, politici de anulare, date de contact, disponibilitate;</li><li>- Benchmarking față de platforme similare din regiune și internaționale.</li></ul> <p>Experiență relevantă directă: oferantul este fondatorul agenției de publicitate Red Square și a platformei Haide (haide.md) - platformă dedicată descoperirii experiențelor autentice din R. Moldova. Această experiență practică oferă cunoaștere directă a provocărilor de structurare a produsului, onboarding al prestatorilor locali și optimizare a vizibilității pe piața moldovenească.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>SECȚIUNEA 6 – INDICATORI MINIMI DE PERFORMANȚĂ – MOD DE ÎNDEPLINIRE</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Plan operațional (min. 1): elaborat în primele 3 săptămâni, actualizat lunar pe durata contractului.</li><li>2. Campanii coordonate (min. 4): coordonare integrată a campaniilor planificate ONT 2026 cu suport de concept, conținut și monitorizare.</li><li>3. Concepte creative (min. 2): livrate conform metodologiei de la pct. 5.5, cu toate componentele specificate în TOR.</li><li>4. Set de mesaje-cheie și storytelling (1 set): elaborat în baza auditului produselor turistice prioritare; document de referință pentru ONT și stakeholderi.</li><li>5. Activități de instruire (min. 2): conform descrierii de la pct. 5.4.</li><li>6. Stakeholderi consultați (min. 15): prin combinarea sesiunilor individuale de audit și atelierelor de grup.</li><li>7. Raport consolidat final (min. 1): livrat cu minimum 2 săptămâni înainte de finalizarea contractului; include analiza campaniilor, KPI-uri realizate și recomandări pentru 2027.</li></ol>	
--	--	--	--	--	--	--

					8. Respectarea termenelor și obiectivelor ONT: asigurată prin mecanismul de monitorizare bilunară și coordonare directă cu persoana desemnată de Beneficiar.	
--	--	--	--	--	--	--

Semnat: (semnătura autorizată mobilă), Numele, Prenumele: Ermurachi Cristian, În calitate de: Administrator

Ofertantul: S.R.L. BUREAU OF ERM, Adresa: Cimișlia, s. Selemet, Schinoșica str-la, 36