

Propunerea tehnica

Implementarea serviciilor de promovare va fi organizată în etape clare, fiecare având rolul de a asigura coerența și eficiența campaniei

Lotul nr. 1 – Publicitate online și promovare pe rețele sociale

Etapă 1. Stabilirea cadrului strategic și a audienței

Procesul debutează prin definirea obiectivelor de comunicare și stabilirea modalităților de targetare. Se vor analiza criteriile comportamentale, geografice și pe interese, astfel încât audiențele selectate să reflecte cu precizie segmentele de public relevante pentru fiecare canal. Această etapă este esențială pentru fundamentarea activităților ulterioare și pentru alinierea lor la rezultatele urmărite.

Etapă 2. Elaborarea media planului

Pe baza criteriilor de targetare stabilite, se va elabora un media plan detaliat. Acesta va cuprinde volumele de promovare pe fiecare platformă, calendarul publicărilor, alocarea bugetului și obiectivele de performanță urmărite (reach și engagement). Media planul va constitui documentul de lucru care va ghida desfășurarea campaniei și va asigura trasabilitatea activităților.

Etapă 3. Implementarea campaniilor de promovare

Conform media planului, se va trece la lansarea efectivă a campaniilor pe platformele digitale prevăzute:

- **Google Ads și DV360** – promovarea a minimum 4 spoturi video, format 16:9, HD (1080p), prin campanii video orientate către audiențele selectate;
- **Meta (Facebook și Instagram)** – promovarea a minimum 3 postări pe săptămână (postări cu text și imagine, reels și story-uri), cu un volum total de minimum 36 promovări pe perioada de derulare;
- **LinkedIn** – promovarea a minimum 1 publicare pe săptămână (imagini/video și text), cu un total de cel puțin 12 promovări orientate către publicul profesional și mediul de afaceri.

Etapa 4. Monitorizare și optimizare continuă

Pe parcursul derulării campaniilor, se va asigura monitorizarea constantă a indicatorilor de performanță. Analiza rezultatelor va permite efectuarea de ajustări în timp real – atât la nivel de audiențe, cât și la nivel de alocare bugetară sau frecvență – pentru a maximiza acoperirea și interacțiunea. Optimizarea va urmări permanent atingerea obiectivelor de reach și engagement stabilite.

Etapa 5. Raportare și evaluare finală

La încheierea perioadei de campanie, va fi realizat un raport detaliat care va include: numărul total de promovări efectuate, indicatorii de performanță pentru fiecare platformă, gradul de realizare a obiectivelor și analiza eficienței generale a campaniei. Raportul va oferi o imagine clară asupra rezultatelor obținute și va fundamenta eventualele recomandări pentru proiecte similare ulterioare.

.

Lotul nr. 2

Selecția liderilor de opinie și creatorilor de conținut

Echipa va identifica și selecta minimum 4 lideri de opinie și creatori de conținut relevanți pentru publicul-țintă, fiecare având audiențe de până la 100 mii urmăritori. Procesul de selecție se va face conform parametrilor validați de AGE (afinitate cu domeniul campaniei, nivel de credibilitate, rata de engagement, calitatea audienței). Pentru fiecare profil selectat va fi întocmit un fișier de validare cu date privind audiența, statistici de engagement și **relevanță tematică**.

Briefing și planificare

Fiecare influencer va primi un brief detaliat, structurat pe obiective, ton de comunicare, mesaje-cheie, format de conținut și calendar de publicare. Echipa noastră va organiza sesiuni de aliniere, online sau față în față, pentru a clarifica toate elementele de implementare și pentru a asigura respectarea cerințelor beneficiarului.

Supervizare și coordonare

Proiectele speciale vor fi derulate sub supervizarea directă a echipei

noastre. Se vor urmări respectarea termenelor, calitatea materialelor livrate, coerența mesajelor și respectarea standardelor etice și de comunicare. Se va menține o legătură permanentă cu liderii de opinie pentru feedback și ajustări.

Furnizare materiale

Vom asigura resursele necesare pentru realizarea materialelor (texte, vizualuri, guideline-uri), adaptate fiecărui canal și fiecărui influencer. Materialele finale vor fi validate de echipa noastră și de beneficiar înainte de publicare, pentru a garanta consistența imaginii și a mesajului.

Raportare KPI

Pentru fiecare proiect special se va întocmi un raport detaliat privind indicatorii de performanță (reach, impressions, engagement rate, CTR, interacțiuni calitative). Rapoartele vor include atât date brute de la platforme, cât și analize comparative, grafice și recomandări pentru optimizări viitoare.

Standardizare și calitate

Întregul proces se va desfășura în conformitate cu standardele profesionale în influencer marketing și cu cerințele specificate în caietul de sarcini. Vom asigura trasabilitate completă a activităților și documentarea fiecărei etape, astfel încât campania să fie transparentă și ușor de evaluat.

Lotul nr. 3 – Plasamente media pe ecrane LED regionale

Serviciu solicitat:

Plasament pe 4 ecrane LED dintre cele 4 orașe regionale (Bălți, Cahul, Comrat, Ungheni); rezoluție minimă 768x384 px; minimum 100 rotații/zi; durata spotului aproximativ 20 secunde; difuzare între 06:00–23:00; cu posibilitatea de modificare a spoturilor la solicitarea beneficiarului.

Mod de realizare:

- **Acoperire strategică:** Vor fi contractate ecrane LED în fiecare dintre cele patru centre regionale pentru a asigura o distribuție echilibrată a mesajelor publicitare și o vizibilitate uniformă pe teritoriul țării, inclusiv în zone cu importanță economică și socială.

- **Asigurarea standardelor tehnice:** Spoturile vor fi adaptate la rezoluția minimă de 768x384 px și vor fi integrate în grilele de difuzare, cu cel puțin 100 rotații pe zi. Prin aceasta se garantează o frecvență suficientă pentru memorabilitate și impact vizual.
- **Program de difuzare:** Intervalul 06:00–23:00 acoperă toate perioadele de trafic intens (dimineață – drum spre serviciu/școală, prânz – activitate urbană, seară – întoarcerea acasă). Astfel, mesajul beneficiază de expunere maximă către diverse segmente ale publicului.
- **Flexibilitate operațională:** La solicitarea beneficiarului, conținutul difuzat va putea fi modificat rapid, fără întreruperi semnificative în program, ceea ce permite adaptarea la campanii punctuale, evenimente neprevăzute sau schimbări de context.
- **Monitorizare și raportare:** Echipa va implementa un sistem de monitorizare a difuzării, bazat pe rapoarte automate de la operatori, verificări vizuale periodice și documentare foto/video. La finalul fiecărei etape, beneficiarul va primi un raport detaliat care va include: numărul total de rotații, orele de difuzare, localizarea ecranelor, conformitatea cu parametrii contractuali și eventuale recomandări de optimizare.

Lotul nr. 4 – Plasamente pe afișaj stradal în municipiul Chișinău

Serviciu solicitat:

Plasament pe minimum 12 locații cu ecrane LED digitale externe în municipiul Chișinău; rezoluție minimă 768x384 px; minimum 100 rotații/zi; durata spotului aproximativ 20 secunde; difuzare între 06:00–23:00; cu posibilitatea de modificare a spoturilor la solicitarea beneficiarului.

Mod de realizare:

- **Selecția locațiilor:** Vor fi contractate minimum 12 ecrane LED digitale externe, amplasate strategic în intersecții, bulevarde principale, zone comerciale și spații cu trafic ridicat din Chișinău. Criteriile de selecție vor fi: intensitatea fluxului pietonal și auto,

vizibilitatea ecranului din mai multe unghiuri și densitatea publicului țintă în proximitate.

- **Standardele de difuzare:** Fiecare spot va fi difuzat cu o frecvență de minimum 100 rotații/zi, pe durata de 20 secunde, în rezoluție minimă de 768x384 px, asigurând calitate vizuală optimă și repetitivitate pentru fixarea mesajului.
- **Program zilnic:** Difuzarea va fi asigurată între 06:00 și 23:00, acoperind toate intervalele orare relevante pentru expunerea în masă. Această abordare maximizează probabilitatea ca mesajul să fie perceput de un public divers (navetiști, cumpărători, participanți la evenimente, șoferi).
- **Flexibilitate și adaptabilitate:** Sistemul de difuzare permite modificarea spoturilor la cererea beneficiarului. Acest aspect garantează adaptabilitatea rapidă a campaniei la schimbări de strategie, evenimente publice sau nevoi punctuale de comunicare.
- **Supraveghere și control:** Echipa va implementa un mecanism de supervizare a campaniei, incluzând verificări periodice pe teren și monitorizarea tehnică a echipamentelor. Orice disfuncționalitate va fi raportată și remediată prompt.
- **Raportare completă:** Beneficiarul va primi rapoarte periodice care vor include: lista locațiilor, numărul de rotații efectuate, intervalele de difuzare, fotografiile de teren și capturi video, precum și o analiză interpretativă a expunerii.