

Specificații tehnice (F4.1)

În 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: _____ din _____
Denumirea licitației: <i>Achiziționarea serviciilor de comunicare și promovare a Platformei și a Hărții Interactive privind antreprenoriatul social</i>

Cod CPV	Denumirea serviciilor	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant	Standarde de referință
1	2	3	4	5
	Servicii			
Lotul 1: Servicii de comunicare și promovare a Platformei și a Hărții Interactive privind antreprenoriatul social				
793422 00-5	Servicii de comunicare și promovare a Platformei și a Hărții Interactive privind antreprenoriatul social	Conform caietului de sarcini		Nu se aplică
	TOTAL			



Oferta tehnică
privind achiziționarea serviciilor de comunicare și promovare a Platformei și a Hărții Interactive
privind antreprenoriatul social prin procedura de achiziție Licitatie deschisă

Descrierea companiei

Communications Boutique (Convivot SRL) este o companie de comunicare, înființată în anul 2011. De aproape 10 ani, BTQ elaborează și implementează programe de comunicare integrată printr-o gamă largă de servicii: dezvoltare strategii de comunicare, creare campanii de imagine, elaborare planuri media, Media relations, organizarea conferințelor și altor evenimente publice și de presă, elaborarea manualelor de identitate, broșurilor, cataloagelor sau buletinelor informative, redactarea comunicatelor/interviurilor/articolelor advertoriale, elaborare spoturi video și videografice, monitorizare media și alte servicii.

Echipa BTQ are o vastă experiență în colaborarea cu instituțiile publice și instituțiile de dezvoltare în domeniul economic, al finanțelor publice, atragerii investițiilor, eficienței energetice, în domeniile agricol, vitivinicol, fashion, etc., precum și pentru sectorul privat și asociativ în diverse domenii – mobilier, agricultură, energie, vitivinicol, consultanță, medicină, etc.

Communications Boutique a oferit în repetate rânduri, servicii de comunicare și promovare pentru organizații internaționale, cum sunt USAID, UNDP și alte Agenții din sistemul de dezvoltare ONU, Banca Mondială, Catholic Relief Services, People in Need, etc.

Structura organizatorică a companiei noastre se bazează pe principiile interconectivității, muncii în echipă și a calității serviciilor. Compania este condusă de Vitalie Condrațchi, responsabil de planificare strategică și coordonare, care gestionează, coordonează, controlează și evaluează activitatea managerilor de conturi.

Managerii de cont servesc drept contact principal cu clienții, gestionează sarcinile în conformitate cu contractul și solicitările clienților. Când este necesar, managerii de cont solicită ajutorul și implicarea colegilor lor, subcontractează alți furnizori și întreprind toate acțiunile necesare pentru executarea corectă a lucrărilor.

Pentru a asigura stabilitatea financiară, Communications Boutique implementează planificarea pe termen lung, inclusiv asigurarea continuității și sustenabilității prestării serviciilor. Înainte de lansarea unui proiect, planificăm programul de cheltuieli cu furnizorii, cheltuielile de personal și alte cheltuieli pentru a asigura un serviciu bun chiar și în cazul întreruperii finanțării din diverse motive.

Procedurile de control a calității Boutique Communications au fost dezvoltate pe baza procedurilor marilor companii internaționale de comunicare, a principiilor ISO 9001 și a experienței de muncă în Republica Moldova. Principiile cheie de asigurare a calității în Communications Boutique sunt:

- respectarea strictă a procedurilor interne;
- raportare electronică și control al sarcinilor;
- canale de comunicare tehnologică;
- interschimbabilitatea membrilor echipei.

Întrucât compania a implementat și a folosit o lungă perioadă de timp o listă de proceduri pentru furnizarea fiecăruia dintre servicii, toți membrii echipei trebuie să le urmeze și, dacă este necesar

să se abată de la protocol, să coordoneze abaterea cu supraveghetorul. Procedurile includ o listă și o succesiune de acțiuni, inclusiv succesiunea acțiunilor cu apariția unei situații neașteptate. Toate schimbările în procesul de implementare a proiectului sunt discutate la ședințele de planificare săptămânale la începutul și sfârșitul săptămânii. Acest lucru permite întregii echipe să găsească soluții suplimentare și eficiente la problemele apărute.

Echipa Communications Boutique folosește software specializat pentru a monitoriza și analiza implementarea sarcinilor - Asana. Acest program ne permite să monitorizăm progresul sarcinilor fiecărui membru. Soluțiile moderne, tehnologice pentru controlul calității sarcinilor, contribuie la o mai bună muncă a întregii echipe și asigură rezultatul necesar.

Toți membrii echipei sunt în contact permanent unul cu celălalt, indiferent de ziua săptămânii și de ora din zi și pot, dacă este necesar, să se implice în muncă. Acest lucru creează condițiile necesare pentru o cooperare strânsă și asigurarea punerii în aplicare a termenilor contractelor cu clienții, fără a aduce atingere intereselor sale. Cooperarea strânsă și conștientizarea tuturor membrilor echipei cu privire la acțiunile principale pentru un anumit proiect ne permit să introducem rapid noi colegi, asigurând viteza, sustenabilitatea și calitatea înaltă a muncii. Întreaga echipă are acces permanent la datele proiectelor în derulare și poate interveni, dacă este necesar.

De menționat că BTQ oferă și un serviciu de monitorizare media, numit BTQ Media Watch, oferind date despre prezența mass-media a subiecților monitorizați la cea mai mare viteză posibilă și oferind soluții ușor de utilizat.

În acest sens, din punctul de vedere al utilizatorului, acesta constă dintr-o interfață web care: afișează într-un flux toate informațiile colectate în mediile online și media offline; generarea rapidă de grafice personalizabile; setarea rapoartelor cu o regularitate definită de utilizator; setarea alertelor pentru aplicațiile de e-mail, Telegram și email; marcarea termenilor prin criteriile de abordare: pozitiv, negativ, neutru; și rol: episodic, secundar și principal. Rapoartele cantitative sunt disponibile în format docx, xlsx, html, pdf și zip. Rapoartele calitative sunt oferite în pdf, Power BI sau altfel personalizate în funcție de nevoile clienților.

Echipa implicată: experiența de lucru și responsabilitățile conform propunerii curente

Echipa proiectului care va desfășura campania pentru promovarea antreprenoriatului social este formată din 4 membri:

- Vitalie Condrațchi, director BTQ;
- Rima Plăcintă, event manager BTQ;
- Dorina Mocanu, account manager BTQ;
- Sergiu Zănoagă, director creativ.

Experiența de lucru a echipei

Echipa proiectului este formată din oameni profesioniști, care au experiență vastă în domeniul relațiilor publice, desfășurării campaniilor de comunicare, producție și relații media.

Vitalie Condrațchi are studii de Filosofie și Științe Sociale obținute la Universitatea Babes-Bolyai din Cluj. Este actualmente directorul agenției de comunicare și PR Communications Boutique, înființată în anul 2011. Vitalie Condrațchi are, de asemenea, experiență valoroasă în dezvoltarea campaniilor strategice de comunicare, planificare media și gestionarea comunicării de criză; înțelegere excelentă

a mediului de comunicare și mass-media din Moldova, obținut într-o perioadă de peste 20 ani de lucru; o bună înțelegere a politicilor de dezvoltare economică, a reformelor economice și climatice, macroeconomie, comerț, energie și industrie; cunoaștere excelentă a limbilor engleză, rusă și română; experiență vastă în dezvoltarea, proiectarea, pregătirea și organizarea de evenimente media, conferințe de presă la nivel internațional, central și regional, organizarea de tururi media în Moldova și peste hotare; experiență în organizarea de interviuri, participare la programe radio și emisiuni TV și

plasarea articolelor pentru grupurile țintă, inclusiv public vorbitoare de l. rusă; experiență în realizarea de proiecte finanțate de UE și implementate de UNDP în domeniul comunicării.

Dorina Mocanu și-a obținut diploma de licență și de master în Științele Comunicării și apoi în Relații Publice și Publicitate la Universitatea de Stat din Moldova în 2015 și, respectiv, în 2017. În cinci ani de lucru în agenții de comunicare, ca Fabrica de imagine și BTQ a obținut o vastă experiență în copywriting, generare de idei creative, media monitoring. Are experiență și abilități excelente în elaborarea comunicatelor de presă, redactarea articolelor și istoriilor de succes, elaborarea altor documente media și distribuirea către canalele media; desfășurarea de activități de comunicare în Moldova pentru organizații non-guvernamentale ca Gender-Doc, instituții de stat ca FISM. A scris texte publicitare pentru mai multe spoturi video și are experiență de ajutor de producător pentru un film de lung metraj, activând ca asistent de regizor la Milk Films.

Rima Plăcintă are studii filologice la Universitatea de Stat din Moldova și de drept economic la Academia de Studii Economice din Moldova. A lucrat în calitate de jurnalist și editor la diverse publicații cu acoperire națională, printre care ziarul Flux, agenția de știri Reporter.md, postul de televiziune Prime TV. Experiența sa în domeniul comunicării este legată de activitatea în cadrul Ligii pentru Apărarea Drepturilor Omului (LADOM) și altor organizații neguvernamentale, precum și în cadrul Proiectului Ameliorarea Competitivității II, finanțat de Banca Mondială, în special pe componenta de granturi pentru IMM-urile orientate la export.

Sergiu Zănoagă este absolvent al Academiei de arte plastice, facultatea de Film, din Republica Moldova. Are o bogată experiență de regie, scriere a scenariilor și producție a filmelor de scurt metraj și spoturilor publicitare, video sociale, spoturi muzicale, producție TV, editare video și video animate, precum și de coordonare a echipelor de creație. Are bune cunoștințe de marketing, PR și gândire a maselor, abilități organizaționale și de comunicare interpersonală, cunoștințe extinse a programelor de editare video: Mac OS, Adobe CS6, Apple Final Cut Studio Pro.

Rolurile membrilor în cadrul campaniei

Vitalie Condtrațchi – Project manager – va fi responsabil de parcursul campaniei, va planifica munca de echipă, delegând sarcinile, va monitoriza evoluția campaniei, de asemenea va coordona cu beneficiarul toate detaliile producției și a desfășurării campaniei.

Rima Plăcintă – Project coordinator – va fi responsabilă de organizarea evenimentelor publice planificate în cadrul campaniei și plasarea materialelor video și audio la difuzorii audiovizuali conveniți cu beneficiarul. De asemenea, va fi responsabilă de execuția conform standardelor a activităților planificate, va interveni pentru corectări pentru copywriting, coordonarea cu realizarea tuturor sarcinilor la timpul propus.

Dorina Mocanu – Copywriter – va fi responsabilă de crearea mesajelor campaniei, de crearea textelor pentru social media și platformelor online, de scrierea scenariilor pentru emisiune și rețete.

Sergiu Zănoagă – director creativ – va fi responsabil de elaborarea conceptelor și scenariilor spoturilor video, va gestiona filmările și echipele de producție, precum și asigurarea calității

Metodologie și abordare

Organizația Națiunilor Unite a declarat că economia socială joacă un rol major în realizarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă din Agenda 2030, abordând principalele provocări ale lumii noastre, precum sărăcia, inegalitățile, problemele de mediu, revoluțiile digitale, precum și probleme de guvernare și financiare.

În acest sector, actorii cheie sunt întreprinderile sociale, inclusiv cele de inserție, care înglobează în modul lor de funcționare o serie de principii economice și sociale după care își ghidează activitatea zi de zi, cum ar fi: o misiune socială clară și asumată prin actele constitutive; reinvestirea a 90% din profit pentru atingerea misiunii sociale; nivel de salarizare echilibrat, etc.

Economia socială (ES) este legată istoric de asociațiile și cooperativele populare, care alcătuiesc coloana vertebrală a acesteia. În UE, conceptul modern al ES, care este structurat în jurul a trei mari familii de organizații - cooperative, societăți mutuale și asociații, iar mai recent au fost adăugate în listă și fundațiile.

În Moldova sunt active 54 de întreprinderi sociale, dintre care patru sunt certificate. Alte 50 se planifică a fi create cu sprijinul ODIMM prin Programul Național de Finanțare a Antreprenoriatului Social 2021-2025. Pentru implementarea acestui program național de finanțare și mentorat pentru start-upuri/întreprinderi sociale existente, se preconizează alocarea din bugetul de stat pentru cei 5 ani, a sumei de 36 milioane de lei, aproximativ 1,8 milioane de Euro, care va stimula înființarea a 50 de start-upuri în domeniu și dezvoltarea unui număr de 54 de întreprinderi sociale active în piață.

Obiectivele campaniei

Campania de promovare va avea ca obiectiv creșterea gradului de informare a mediului de afaceri asupra conceptului de antreprenoriat social; încurajarea aplicării la activitățile de finanțare și mentorat în cadrul Programului Național de Finanțare a Antreprenoriatului Social; informarea publicului larg despre conceptul și beneficiile economiei sociale; asigurarea vizibilității ODIMM și a donatorilor.

Publicul țintă

Publicul țintă al campaniei de informare reprezintă mediul de afaceri din țară, atât din zonele urbane, cât și, în special, din regiunile rurale; autoritățile publice locale; mass-media; asociațiile de business; populația generală. O analiză mai detaliată a părților interesate și canalelor de comunicare dedicate acestora va fi efectuată la etapa de elaborare a Conceptului campaniei de comunicare.

Mesajul campaniei de promovare și comunicare

Mesajele generale și specifice ale campaniei vor fi definite în strânsă comunicare cu beneficiarul la etapa de elaborare a Conceptului campaniei de comunicare.

Livrabile

1. Spoturi video

În cadrul campaniei vor fi elaborate, conform caietului de sarcini, două spoturi videografice cu durata de până la două minute fiecare:

1. cu prezentarea domeniului antreprenoriatului social, a principiilor, obiectivele avantajele, specificul antreprenoriatului social (subtitrat în limba ENG);

2. cu prezentarea conceptului Antreprenoriatului social și impactul acestuia asupra dezvoltării economiei (subtitrat în limba ENG).

Mesajul și conținutul acestora va fi elaborat de echipa creativă a BTQ în strânsă colaborare cu reprezentanții ODIMM. Aici poate fi consultat un succint portofoliu de spoturi videografice recente <http://zanoaga.rocks/motion>.

2. Istории de succes video

Vor fi elaborate 5 istorii de succes cu companii certificate în calitate de antreprenori sociali de către Comisia Națională pentru Antreprenoriat Social.

3. Un spot video și audio general ce va fi difuzat la posturile TV și Radio.

4. Pentru plasarea TV am selectat posturile ce oferă cel mai bun raport între audiență (rating) și preț.

Astfel, am selectat posturile de televiziune Canal2, care are acoperire națională și o audiență preponderent rurală, și posturile Pro TV și TV8, cu acoperire cvasinațională. Având în vedere durata campaniei de minim o lună sau două, considerăm oportun mărirea numărului de difuzări propus în Caietul de sarcini la 120 de difuzări, câte 30 la fiecare dintre cele trei posturi TV.

Spoturile vor fi difuzate în proporție de 50% în Prime time și 50% în Off Prime time și vor asigura o audiență totală estimativă de 1,566 milioane de vizualizări ale spotului.

Suplimentar, vom face apel la Consiliul Coordonator al Audiovizualului pentru aprobarea plasării gratuite a spotului în calitate de publicitate socială la IPNA Teleradio-Moldova.

5. Propunem, de asemenea, majorarea numărului de difuzări la radio până la 490 de minute la următoarele posturi de radio:

- Russkoie Radio
- Muz FM
- Radio One
- Maestro FM
- Publika FM
- Radio Noroc
- Vocea Basarabiei

Campania de difuzare a spotului privind antreprenoriatul social va asigura o audiență estimativă de peste 115 mii persoane.

6. Campania pe rețelele sociale va consta din 16 postări, însoțite de cartoline grafice, elaborate de designul BTQ, ce vor fi boostuite (promovate cu plată) pe Facebook și Instagram, fiecare cu câte 30 de euro.
7. Evenimentul de lansare va fi organizat în format hibrid cu prezență fizică a invitaților speciali și conexiune online a celorlalți invitați, cu transmisiune live a evenimentului la TV și pe platforme online. Serviciile de organizare vor cuprinde elaborare scenariu și script pentru moderator, arendă și amenajare sală cu echipamente video și audio necesare, invitare participanți, design burtiere virtuale, design carduri cu speakeri de promovare a evenimentului și postări social media pre- și post eveniment, invitare presă, elaborare și distribuire comunicat de presă, plasare articole și interviuri în mass-media online și tv. Transmisiunea live va fi asigurată de către Realitatea TV, atât pe rețelele sociale, cât și pe site-ul postului de televiziune și pe rețelele de cablu în care este difuzată aceasta; monitorizarea aparițiilor media și elaborare raportului de evaluare a evenimentului.
8. Având în vedere agravarea situației pandemice din ultimele săptămâni, presupunem că în viitorul apropiat ar putea fi reintroduse restricții la organizarea de evenimente cu prezență fizică. Astfel, propunem organizarea atât a celor 10 webinare, cât și a evenimentelor de informare a membrilor Platformei antreprenoriat-social.md și a Rețelei

Centrelor de Consultanta in Afaceri în format virtual. Totuși, am prevăzut posibilitatea organizării a cel puțin 3 evenimente, câte unul în regiunile Nord, Centru și Sud, cu prezență fizică și transmisiune on-line.

La evenimentele de informare vor fi antrenați experți consacrați în domeniul antreprenoriatului social, printre care Dinu Manole, Veronica Botnaru, Tofan Tatiana, Sergiu Gurău.

9. Elaborarea și editarea pliantului. Conținutul va fi elaborat în strânsă coordonare cu reprezentanții ODIMM.

Semnat: _____ Numele, Prenumele: _____ În calitate
de: _____
Ofertantul: _____ Adresa: _____