

Specificații tehnice (F4.1)

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

Numărul procedurii de achiziție: conform SIA RSAP M-tender				
Denumirea licitației: Servicii de promovare a brandului de țară Vinul Moldovei pe canalele digitale pentru anul 2019				
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
79342200-5 Lotul 1. Servicii de promovare a brandului de țară Vinul Moldovei pe canalele digitale pentru anul 2019				
1.1	Strategie de promovare pe canale digitale	<p><u>Sarcina:</u> Agentul economic va elabora o strategie de promovare pe canalele digitale (SEM și SM) care va conține dar nu se va limita la: 1. Descrierea publicului țintă. Analiza situației actuale a canalelor digitale de comunicare și a activităților realizate. 2. Stabilirea obiectivelor (în baza informațiilor oferite de client: strategia de comunicare și obiectivele strategice), 3. Plan de acțiuni. Instrumente și platforme propuse. 4. Concluzii și propuneri etc.</p> <p>Evenimentele care vor fi incluse în strategie sunt: a) Vernisajul Vinului; b) Salon Divin; c) Oenoturism; d) Ziua Națională a Vinului; e) adițional 2 evenimente similare.</p> <p>Canalele SEM incluse în strategie vor include dar nu se vor limita la, sunt: Google Ads. (Search, Display, Youtube, site-uri și portaluri locale ș.a.)</p> <p>Canalele Social Media care urmează să fie analizate și incluse în strategie sunt: -Facebook (paginile: Wine of Moldova, Moldova Wine Day, Vernisajul Vinului); - Instagram; - LinkedIn; - Twitter.</p> <p><u>Target:</u> - consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului; - profesioniști din domeniu –</p>	<p><u>Sarcina:</u> Agentul economic va elabora o strategie de promovare pe canalele digitale (SEM și SM) care va conține dar nu se va limita la: 5. Descrierea publicului țintă. Analiza situației actuale a canalelor digitale de comunicare și a activităților realizate. 6. Stabilirea obiectivelor (în baza informațiilor oferite de client: strategia de comunicare și obiectivele strategice), 7. Plan de acțiuni. Instrumente și platforme propuse. 8. Concluzii și propuneri etc.</p> <p>Evenimentele care vor fi incluse în strategie sunt: a) Vernisajul Vinului; b) Salon Divin; c) Oenoturism; d) Ziua Națională a Vinului; e) adițional 2 evenimente similare.</p> <p>Canalele SEM incluse în strategie vor include dar nu se vor limita la, sunt: Google Ads. (Search, Display, Youtube, site-uri și portaluri locale ș.a.)</p> <p>Canalele Social Media care urmează să fie analizate și incluse în strategie sunt: -Facebook (paginile: Wine of Moldova, Moldova Wine Day, Vernisajul Vinului); - Instagram; - LinkedIn; - Twitter.</p> <p><u>Target:</u> - consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului; - profesioniști din domeniu –</p>	

		<p>vinării, stakeholderi din industrie etc.</p> <p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	<p>vinării, stakeholderi din industrie etc.</p> <p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	
1.2	Google Display	<p><u>Sarcina:</u></p> <p>Realizarea campaniilor prin Google Display pentru următoarele evenimente:</p> <p>- Ziua Națională a Vinului (ZNV);</p> <p>- Vernisajul Vinului de iarnă;</p> <p>- Oenoturism.</p> <p><u>Target:</u></p> <p>- consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului</p> <p>- profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc.</p> <p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p> <p><u>KPI:</u></p> <p>- minimum 8000 clicks pentru campania Ziua Națională a Vinului;</p> <p>- minimum 6000 clicks pentru Vernisajul Vinului, Oenoturism.</p>	<p><u>Sarcina:</u></p> <p>Realizarea campaniilor prin Google Display pentru următoarele evenimente:</p> <p>- Ziua Națională a Vinului (ZNV);</p> <p>- Vernisajul Vinului de iarnă;</p> <p>- Oenoturism.</p> <p><u>Target:</u></p> <p>- consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului</p> <p>- profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc.</p> <p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Oenoturism – în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p> <p><u>KPI:</u></p> <p>- minimum 8000 clicks pentru campania Ziua Națională a Vinului;</p> <p>- minimum 6000 clicks pentru Vernisajul Vinului, Oenoturism.</p>	
1.3	Youtube, video pre roll	<p><u>Sarcina, KPI:</u></p> <p>Realizarea campaniilor de promovare a video-urilor pe Youtube pentru următoarele evenimente:</p> <p>1. Ziua Națională a Vinului, KPI 80000 video view,</p> <p>2. Vernisajul Vinului de iarnă, Salon Divin, Oenoturism – KPI - câte 15000 video view per fiecare eveniment.</p> <p><u>Target:</u></p> <p>- consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului</p> <p>- profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc.</p>	<p><u>Sarcina, KPI:</u></p> <p>Realizarea campaniilor de promovare a video-urilor pe Youtube pentru următoarele evenimente:</p> <p>1. Ziua Națională a Vinului, KPI 80000 video view,</p> <p>2. Vernisajul Vinului de iarnă, Salon Divin, Oenoturism – KPI - câte 15000 video view per fiecare eveniment.</p> <p><u>Target:</u></p> <p>- consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului</p> <p>- profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc.</p>	

		<p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	<p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	
1.4	Plasament e video (in-page video)	<p>Plasarea spoturile video pe minim 3 site-urile locale, cu audiență de minim 250 000 utilizatori unici/lunar fiecare.</p> <p>- Durata video:30 secunde, desktop și mobile;</p> <p>- Video-ul va fi asigurat de către autoritatea contractantă.</p> <p>Nota! Portalurile vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	<p>Plasarea spoturile video pe minim 3 site-urile locale, cu audiență de minim 250 000 utilizatori unici/lunar fiecare.</p> <p>- Durata video:30 secunde, desktop și mobile;</p> <p>- Video-ul va fi asigurat de către autoritatea contractantă.</p> <p>Nota! Portalurile vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	
1.5	Plasament bannere web	<p>Plasament banner web cu următoarele caracteristici:</p> <p>-Format : jpg/png, gif, html5;</p> <p>- Dimensiune: 1050x250px;</p> <p>- Plasare: pe site-uri / portaluri naționale de top.</p> <p>Nota! Portalurile vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	<p>Plasament banner web cu următoarele caracteristici:</p> <p>-Format : jpg/png, gif, html5;</p> <p>- Dimensiune: 1050x250px;</p> <p>- Plasare: pe site-uri / portaluri naționale de top.</p> <p>Nota! Portalurile vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	
1.6	Plasament bannere web	<p>Plasament banner web, cu următoarele caracteristici:</p> <p>-Format: jpg/png, gif, html5,</p> <p>- Dimensiune: 240x320px, desktop și mobile;</p> <p>- Plasare: pe site-uri naționale de pe portaluri naționale de top.</p> <p>Nota! Site-uri vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	<p>Plasament banner web, cu următoarele caracteristici:</p> <p>-Format: jpg/png, gif, html5,</p> <p>- Dimensiune: 240x320px, desktop și mobile;</p> <p>- Plasare: pe site-uri naționale de pe portaluri naționale de top.</p> <p>Nota! Site-uri vor fi coordonate și aprobate în prealabil cu autoritatea contractantă.</p>	
1.7	Social media management	<p><u>Sarcini lucrări de conținut:</u></p> <p>1. Elaborarea calendarului postărilor care va conține:</p> <ul style="list-style-type: none"> - minim 15 postări lunare pentru pagina de Facebook și 10 pentru cea de Instagram a Wine of Moldova; - minim 15 postări lunare dedicate campaniilor: Ziua Națională a Vinului (perioada campaniei 4 luni), Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism (perioada campaniei 1 lună); - minim 7 postări lunare pentru LinkedIn și minim 10 postări pentru Twitter; <p>Notă: Calendarul va fi creat aparte pentru fiecare eveniment (pentru pagina dedicată acestuia, în cazul în care dispune de ea) și aparte pentru promovarea Wine of Moldova pe paginile oficiale ale acestuia: Facebook, Instagram, LikedIn, Twitter.</p> <p>2. Termen de prezentare a calendarului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cu cel puțin 1 săptămână 	<p><u>Sarcini lucrări de conținut:</u></p> <p>7. Elaborarea calendarului postărilor care va conține:</p> <ul style="list-style-type: none"> - minim 15 postări lunare pentru pagina de Facebook și 10 pentru cea de Instagram a Wine of Moldova; - minim 15 postări lunare dedicate campaniilor: Ziua Națională a Vinului (perioada campaniei 4 luni), Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism (perioada campaniei 1 lună); - minim 7 postări lunare pentru LinkedIn și minim 10 postări pentru Twitter; <p>Notă: Calendarul va fi creat aparte pentru fiecare eveniment (pentru pagina dedicată acestuia, în cazul în care dispune de ea) și aparte pentru promovarea Wine of Moldova pe paginile oficiale ale acestuia: Facebook, Instagram, LikedIn, Twitter.</p> <p>8. Termen de prezentare a calendarului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cu cel puțin 1 săptămână înainte de începerea fiecărei luni pentru 	

		<p>înainte de începerea fiecărei luni pentru pagina Wine of Moldova.</p> <ul style="list-style-type: none"> - cu cel puțin 2 săptămâni înainte de începerea fiecărei campanii de promovare a evenimentelor. <p>3. Crearea a minimum 4 evenimente pentru campaniile naționale și gestionarea acestora.</p> <p>4. Setarea unor micro campanii : page likes, carousel ads, video views etc.</p> <p>5. Traducere tuturor postărilor de către un traducător profesionist în limbile rusă și engleză.</p> <p>6. Gestionarea comunității. Pregătirea și scrierea răspunsurilor la întrebările adresate de public pe paginile de Facebook Wine of Moldova, Moldova Wine Day, Vernisajul Vinului, Instagram (Wine of Moldova) LinkedIn, Twitter.</p> <p><u>Sarcini lucrări de creație/design:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizare frame pentru postări (cel puțin 9, dintre care câte 1 bucată pentru fiecare eveniment) 2. Design pentru unele din postări (cel puțin 7 bucăți lunar). 3. Deplasarea echipei și realizare live-urilor la evenimente, la solicitarea autorității contractante. Minim 6 deplasări. <p><u>Target:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului; - profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc. - acoperire geografică pentru evenimentele: <ol style="list-style-type: none"> a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina; b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina. 	<p>pagina Wine of Moldova.</p> <ul style="list-style-type: none"> - cu cel puțin 2 săptămâni înainte de începerea fiecărei campanii de promovare a evenimentelor. <p>9. Crearea a minimum 4 evenimente pentru campaniile naționale și gestionarea acestora.</p> <p>10. Setarea unor micro campanii : page likes, carousel ads, video views etc.</p> <p>11. Traducere tuturor postărilor de către un traducător profesionist în limbile rusă și engleză.</p> <p>12. Gestionarea comunității. Pregătirea și scrierea răspunsurilor la întrebările adresate de public pe paginile de Facebook Wine of Moldova, Moldova Wine Day, Vernisajul Vinului, Instagram (Wine of Moldova) LinkedIn, Twitter.</p> <p><u>Sarcini lucrări de creație/design:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Realizare frame pentru postări (cel puțin 9, dintre care câte 1 bucată pentru fiecare eveniment) 5. Design pentru unele din postări (cel puțin 7 bucăți lunar). 6. Deplasarea echipei și realizare live-urilor la evenimente, la solicitarea autorității contractante. Minim 6 deplasări. <p><u>Target:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului; - profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc. - acoperire geografică pentru evenimentele: <ol style="list-style-type: none"> a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism –în Republica Moldova, România și Ucraina; b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina. 	
1.8	Social media advertising	<p><u>Sarcina:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborarea planului de promovări cu indicarea bugetului aferent fiecărei postări (min. 3 eur) și realizarea management-ului promovărilor pentru următoarele canale: Facebook, Instagram, LinkedIn. <p>Planul de promovări va include promovarea a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - min. 15 postări lunar pentru pagina de Facebook și 10 pentru cea de Instagram a Wine of Moldova. 	<p><u>Sarcina:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Elaborarea planului de promovări cu indicarea bugetului aferent fiecărei postări (min. 3 eur) și realizarea management-ului promovărilor pentru următoarele canale: Facebook, Instagram, LinkedIn. <p>Planul de promovări va include promovarea a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - min. 15 postări lunar pentru pagina de Facebook și 10 pentru cea de Instagram a Wine of Moldova. - min. 15 postări lunar dedicate 	

		<p>- min. 15 postări lunar dedicate campaniilor: ZNV (perioada campaniei 4 luni); Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism (perioada campaniei 1 lună).</p> <p>- Min. 5 postări lunar pentru LinkedIn.</p> <p>2. Realizarea raportului lunar de activitate, cu indicarea bugetelor cheltuite pentru fiecare postare, rezultatelor obținute de fiecare postare și recomandări/concluzii.</p> <p><u>Target:</u></p> <p>- consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului</p> <p>- profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc.</p> <p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism – în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	<p>campaniilor: ZNV (perioada campaniei 4 luni); Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism (perioada campaniei 1 lună).</p> <p>- Min. 5 postări lunar pentru LinkedIn.</p> <p>2. Realizarea raportului lunar de activitate, cu indicarea bugetelor cheltuite pentru fiecare postare, rezultatelor obținute de fiecare postare și recomandări/concluzii.</p> <p><u>Target:</u></p> <p>- consumatori de vin și divin – 25-65 ani, venit mediu spre înalt, interesați de cultura vinului și divinului</p> <p>- profesioniști din domeniu – vinării, stakeholderi din industrie etc.</p> <p>- acoperire geografică pentru evenimentele:</p> <p>a) Vernisajul Vinului, Salon Divin, Oenoturism – în Republica Moldova, România și Ucraina;</p> <p>b) Ziua Națională a Vinului – în Republica Moldova, România, Polonia, Italia, Cehia, Ucraina.</p>	
1.9	Realizare bannere HTML	Realizarea bannerelor web pentru cel puțin 4 campanii în format HTML, la necesitate gif ș.a. în baza Key vizualului evenimentului și redimensionarea acestora pentru toate mărimile necesare pentru Google Display și site-uri locale.	Realizarea bannerelor web pentru cel puțin 4 campanii în format HTML, la necesitate gif ș.a. în baza Key vizualului evenimentului și redimensionarea acestora pentru toate mărimile necesare pentru Google Display și site-uri locale.	
1.10	Servicii de întreținere a paginilor oficial:	Agentul economic va realiza completarea cu informații, noutăți, evenimente la solicitare. Textele și conținutul necesar va fi oferit de autoritatea contractantă.	Agentul economic va realiza completarea cu informații, noutăți, evenimente la solicitare. Textele și conținutul necesar va fi oferit de autoritatea contractantă.	

Semnat: electronic Numele, Prenumele: Spatari Alexandr În calitate de: Administrator
Ofertantul: Priormedia SRL Adresa: m.Chisinau, Buresti 67