

Specificații tehnice (F4.1)

[Acest 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: **ocds-b3wdp1-MD-1619093537255**

Denumirea licitației: Servicii de elaborare a strategiei anuale de comunicare, strategiei de imagine, a planului calendaristic de comunicare cu realizarea materialor de comunicare necesare pentru promovarea brandului de țară wine of moldova pe piața României.

Cod CPV	Denumirea serviciilor	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant <i>(col. va fi completat de către ofertant)</i>	Standarde de referință
1	2	3	4	5
<p>Lot 1. Servicii de elaborare a strategiei anuale de comunicare, strategiei de imagine, a planului calendaristic de comunicare cu realizarea materialor de comunicare necesare pentru promovarea brandului de țară wine of moldova pe piața României.</p>				
1.1	<p>Servicii de elaborare a strategiei anuale de comunicare și a planului calendaristic de comunicare pe piața României</p>	<p>Agenția va analiza posibilitățile de comunicare a brandului de țară Wine of Moldova pe piața României și va elabora:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategia anuală de comunicare; 2. Planul calendaristic de comunicare pentru perioada mai 2021-decembrie 2022; 3. Limbile și mesajele de comunicare; 4. Canalele de comunicare (PR, digital, media, influenceri); 5. Micro campanii dedicate evenimentelor; 6. Servicii de optimizare SEO profesionale și Advertoriale SEO, permanente, în limba română pe toată perioada indicată. <p>Strategia anuală de comunicare va fi coordonată și aprobată de autoritatea contractantă.</p> <p>Termen : în 10 zile după semnarea contractului.</p>	<p>Zactive PR propune oferta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategia anuală de comunicare; 2. Planul calendaristic de comunicare pentru perioada mai 2021-decembrie 2022; 3. Tactici de comunicare folosite 4. Limbile și mesajele de comunicare; 5. Canalele de comunicare (PR, digital, media, influenceri); 6. Micro campanii dedicate evenimentelor; 7. Servicii de optimizare SEO profesionale și Advertoriale SEO, permanente, în limba română pe toată perioada indicată. 8. Mapping jurnalisti <p>Termen : în 10 zile după semnarea contractului.</p>	<p>Termenul de executare conform anuntului de participare.</p>
1.2	<p>Servicii de realizare a strategiei anuale de comunicare și a planului calendaristic de comunicare pe piața României</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Account management /Relația cu clientul / meetings/zoom -16 unități per luna; 2. Strategie si consiliere 6 unități per luna; 3. Media Relations 8 unități per luna; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Account management (meetings/zoom) -16 unități per luna; 2. Strategie si consiliere (proponeri punctuale, solicitari specifice, feedback actiuni) 6 unități per luna; 3. Media Relations (mapping jurnalisti si publicatii de interes pentru brand) 8 unități per luna; 	

	<p>4. Copy writing 4 unități per luna ;</p> <p>5. Influencer management 6 unități per luna;</p> <p>6. Servicii administrative- contracte, organizare de trimitere de vin 8 unități per luna ;</p> <p>Monitoring and reporting 8 unități per lună.</p> <p>7. <u>Relații mass media continuu</u>: Agenția va avea în sarcina răspunderea la întrebările parvenite de la reprezentanții mass media, furnizare de conținut foto/video, minim 20 ore/lună.</p> <p>Expedierea mostrelor de vin Adhoc către presă cu acoperirea costurilor logistice pentru livrarea în București.</p> <p>8. Agenția va analiza și alte posibilități de comunicare a brandului de țară Wine of Moldova pe piața României în baza planului de marketing oferit de autoritatea contractantă și va identifica:</p> <p>a. evenimente de PR pentru asociere și/sau susținere în urma cărora Wine of Moldova va avea posibilitate să beneficieze de imagine și vizibilitate în mass-media din România (minim 3 evenimente a câte minim 3 apariții gratuite în mass media (online, TV, radio, scrisă). Notă : Toate sursele necesare pentru a asigura susținerea evenimentelor (materiale promoționale și sau alt tip de materiale) vor fi asigurate de autoritatea contractantă suplimentar.</p> <p>b. posibilități de a realiza cu negociere și încheiere a parteneriatelor media gratuite cu mass media din România (cu medile unde nu se va realiza plasare de publicitate), unde brandul de țară va obține vizibilitate gratuită și plasamente gratuite a oricăror materiale de comunicare (articole, comunicate, interviuri, reportaje video, etc) *Agenția va asigura minim 2 parteneriate media cu fiecare din următoarele categorii de surse mass-media: presa scrisă, online, radio și TV. Partenerii media vor fi publicații cunoscute la nivel</p>	<p>4. Copy writing (texte, editare texte, integrare feedback comunicate de presa, advertisement) 4 unități per luna;</p> <p>5. Influencer management (Mapping influenceri relevanți pentru brand, comunicare & briefing influenceri) 6 unități per luna;</p> <p>6. Servicii administrative - contracte (influenceri, parteneriate), plati organizare de trimitere de vin 8 unități per luna ;</p> <p>Monitoring and reporting 8 unități per lună.</p> <p>7. <u>Relații mass media continuu</u>: Menținerea relației cu jurnaliștii, răspunsuri la întrebări și solicitările punctuale ale jurnaliștilor, furnizarea de materiale – text/ video, întâlniri cu jurnaliștii minim 20 ore/lună.</p> <p>Expedierea mostrelor de vin Adhoc către presă cu acoperirea costurilor logistice pentru livrarea în București.</p> <p>8. Agenția va analiza și alte posibilități de comunicare a brandului de țară Wine of Moldova pe piața României în baza planului de marketing oferit de autoritatea contractantă și va identifica:</p> <p>a. Parteneriate Evenimente/ evenimente de PR pentru asociere și/sau susținere în urma cărora Wine of Moldova va avea posibilitate să beneficieze de imagine și vizibilitate în mass-media din România (minim 3 evenimente a câte minim 3 apariții gratuite în mass media (online, TV, radio, scrisă). Notă : Toate sursele necesare pentru a asigura susținerea evenimentelor (materiale promoționale și sau alt tip de materiale) vor fi asigurate de autoritatea contractantă suplimentar.</p> <p>b. Parteneriate Barter: posibilități de a realiza cu negociere și încheiere a parteneriatelor media gratuite cu mass media din România (cu medile unde nu se va realiza plasare de publicitate), unde brandul de țară va obține vizibilitate gratuită și plasamente gratuite a oricăror materiale de comunicare (articole, comunicate, interviuri, reportaje video, etc) *Agenția va asigura minim 2 parteneriate media cu fiecare din următoarele categorii de surse mass-media: presa scrisă, online, radio și TV. Partenerii media vor fi publicații cunoscute la nivel național provenind din</p>
--	--	---

	<p>național provenind din diverse medii: economic, business, HORECA, food, lifestyle, un radio și o televiziune cu acoperire națională; (de exemplu: HORES, Forbes, Wall-Street Journal, România Libera, Adevățul, Radio Europa FM, DigiTV, Jurnalul Național, HO RE CA etc).</p> <p>**Mediile targetate vor fi din top 10 mass-media cu acoperire națională.</p> <p>***Agentul economic își va justifica oferta prin prezentarea raportului BRAT cu audiența fiecărui mediu mass-media.</p> <p>Agenția va urmări aparițiile media, crearea de conținut pentru asigurarea parteneriatelor, livrarea materialelor online, radio, TV.</p> <p>c. Influencer marketing- stabilirea parteneriatelor cu rețele de blogheri, influenceri și lideri de opinie (dintre care vedete radio, TV, online, artiști, etc) cu care se vor stabili relații de colaborare (implicare în evenimente marca Wine of Moldova) pentru a putea amplifica mesajele comunicaționale ale brandului de țară, preluările gratuite și distribuirea informațiilor în grupurile de influență ale acestora.</p> <p>*Agenția va asigura în perioada menționată minim 8-12 conexiuni cu influencerii, care vor produce conținut ce poate fi preluat.</p> <p>1. PROFIL ENDORSER</p> <p>a) Comunitate relevantă pentru target 25-55 ani ;</p> <p>b) Conținutul este axat pe travel, lifestyle ;</p> <p>c) Vorbesc pe un ton firesc și relaxat comunității lor.</p> <p>Livrabile :</p> <p>aa) O postare/luna/influencer ;</p> <p>bb) Reach total anual estimativ/postări/an va fi de +4,5 milioane ;</p> <p>cc) Următorii noi : + 2 mii pe an pe paginile de social media Facebook/Instagram;</p> <p>dd) Vizualizări estimative/stories/an : +3.5 milioane.</p> <p>** Agenția va justifica alegerea acestora prin prezentarea raportului de audiență, minim 5000 de followeri/număr de membri activi: grupul iubitorilor de vin, somelierilor.</p>
<p>diverse medii: economic, business, HORECA, food, lifes televiziune cu acoperire națională; (de exemplu: HORES, Forbes, Wall-Street Journal, România Libera, Adevățul, Radio Europa FM, DigiTV, Jurnalul Național, HO RE CA etc).</p> <p>**Mediile targetate vor fi din top 10 mass-media cu acoperire națională.</p> <p>***Agentul economic își va justifica oferta prin prezentarea raportului BRAT cu audiența fiecărui mediu mass-media.</p> <p>Agenția va urmări aparițiile media, crearea de conținut pentru asigurarea parteneriatelor, livrarea materialelor online, radio, TV.</p> <p>c. Influencer marketing- Stabilirea parteneriatelor cu blogheri, influenceri și lideri de opinie (dintre care vedete radio, TV, online, artiști, etc) cu care se vor stabili relații de colaborare (implicare în evenimente marca Wine of Moldova) pentru a putea amplifica mesajele comunicaționale ale brandului de țară, preluările gratuite și distribuirea informațiilor în grupurile de influență ale acestora.</p> <p>*Agenția va asigura în perioada menționată minim 8-12 conexiuni cu influencerii, care vor produce conținut ce poate fi preluat.</p> <p>2. PROFIL ENDORSER</p> <p>a) Comunitate relevantă pentru target peste 18 ani, în funcție de criteriile relevante de selecție;</p> <p>b) Conținutul este axat pe travel, lifestyle, generalist</p> <p>c) Vorbesc pe un ton firesc și relaxat comunității lor.</p> <p>Livrabile:</p> <p>aa) O postare/luna/influencer ;</p> <p>bb) Reach total anual estimativ/postări/an va fi de +4,5 milioane ;</p> <p>cc) Următorii noi : + 2 mii pe an pe paginile de social media Facebook/Instagram;</p> <p>dd) Vizualizări estimative/stories/an : +3.5 milioane.</p> <p>** Agenția va justifica alegerea acestora prin prezentarea raportului de audiență, în funcție de criteriile relevante de selecție (de exemplu: minim 5000 de followeri) grupul iubitorilor de vin, somelierilor, pasionaților de cooking, influencerilor din domeniul vitivinicol, lifestyle, generalist</p>	

		<p>pasionaților de cooking, influențelor din domeniul vitivinicol, lifestyle.</p> <p>10. Agenția va transmite lunar pe perioada menționată planul de acțiuni pentru fiecare din sarcinile solicitate și va executa materialele de comunicare necesare pentru buna implementare a acestora.</p>	<p>10. Agenția va transmite lunar pe perioada menționată planul de acțiuni pentru fiecare din sarcinile solicitate și va executa materialele de comunicare necesare pentru buna implementare a acestora.</p>
1.3	<p>Adaptarea poziționării globale Wine of Moldova pentru piața României</p>	<p>Adaptarea mesajelor principale și sloganului (cel puțin 3 variante de adaptare din care se va alege 1 final)</p>	<p>Adaptarea mesajelor principale și sloganului (cel puțin 3 variante de adaptare din care se va alege 1 final)</p>
1.4	<p>Adaptarea poziționării globale Turism Wine of Moldova pentru piața României</p>	<p>Adaptarea mesajelor principale și sloganului (cel puțin 3 variante de adaptare din care se va alege cel final)</p>	<p>Adaptarea mesajelor principale și sloganului (cel puțin 3 variante de adaptare din care se va alege 1 final)</p>
1.5	<p>Crearea scenariului TVC de imagine Wine of Moldova</p>	<p>Crearea scenariului spotului TVC de durată 1 minut conform poziționării globale WoM cu focus și adaptare pe piața României. Prezentarea a cel puțin 3 variante, iar autoritatea contractantă va alege varianta finală.</p>	<p>Crearea scenariului spotului TVC de durată 1 minut conform poziționării globale WoM cu focus și adaptare pe piața României. Prezentarea a cel puțin 3 variante, iar autoritatea contractantă va alege varianta finală.</p>
1.6	<p>Realizarea evenimentelor de PR/ conferința de presă</p>	<p>1. Producerea banerului Photo wall 4x4 WoM, imaginea să fie agreată cu autoritatea contractantă.</p> <p>2. Agenția va realiza în perioada menționată Briefinguri Media după cum urmează :</p> <p>a) total 2 conferințe de presă online sau off-line cu reprezentanții autoritatea contractantă/Vinurile Moldovei pe diverse subiecte, de ex :</p> <p>-Planuri de Marketing, Retail Promo;</p> <p>-Sori de Struguri, Evenimente organizate în România, date privind recolta anuală, alte subiecte relevante, toate pentru sporirea vizibilității brandului de țară Wine of</p>	<p>1. Producerea de materiale promotionale pentru conferința de presa – de exemplu - banerului Photo wall 4x4 WoM, imaginea să fie agreată cu autoritatea contractantă.</p> <p>2. Agenția va realiza în perioada menționată Briefinguri Media după cum urmează:</p> <p>a) total 2 conferințe de presă online sau off-line cu reprezentanții autoritatea contractantă/Vinurile Moldovei pe diverse subiecte, de ex:</p> <p>-Planuri de Marketing, Retail Promo;</p> <p>-Sori de Struguri, Evenimente organizate în România, date privind recolta anuală, alte subiecte relevante, toate pentru</p>

	<p>Moldova pe piața din România, dintre care poate fi și nu se nu se va limita doar la :</p> <p>- Conferință de presă și/sau alt eveniment dedicat presei pentru care va asigura :</p> <ol style="list-style-type: none"> invitarea presei (emiterea invitației); pregătirea press kiturilor (realizare conținutului se vor coordona ulterior cu autoritatea contractantă); Asigurarea spațiului de organizare cu respectarea tuturor măsurilor de siguranță, sau asigurarea managementului evenimentelor în formatul online. Asigurarea listei de invitați online (numărul nu va fi mai mic de 15 surse mass media, cu accent pe partenarii media, influenceri, bloggheri și lideri de opinie identificați anterior pentru colaborare; Coordonarea conținutului materialelor de presă apărute ulterior în presă; Realizarea press clippings și a raportului final al acțiunii cu furnizarea nu mai târziu decât 1-2 săptămâni de la încheierea evenimentului; asigurarea cadourilor pentru presa; asigurarea photo și video . <p>3. La fel Agenția va asigura campaniile de PR&C Comunicare pentru 3-5 campanii de organizarea a unor acțiuni în retail, E-commerce, alte evenimente ce vor contribui la promovarea și creșterea notorietății brandului vinicol de țară Wine of Moldova.</p> <p>Campania de PR&C Comunicare va dura 1 lună per fiecare eveniment separat, iar pentru evenimente emblematică, Ziua Națională a Vinului, 2 luni, fiind însoțite de - pre campanie, în timpul campanie și PR post campanie.</p> <p>Livrabile per eveniment :</p> <ol style="list-style-type: none"> minim 40 000 de click-uri; minim 2 milioane de afisari; minim 450.000de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 4 x per cookie) minim 700.000 de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie). 	<p>sporirea vizibilității brandului de țară Wine of Moldova pe piața din România, dintre care poate fi și nu se va limita doar la :</p> <p>- Conferință de presă și/sau alt eveniment dedicat presei pentru care va asigura :</p> <ol style="list-style-type: none"> invitarea presei (emiterea invitației); pregătirea press kiturilor (realizare conținutului se vor coordona ulterior cu autoritatea contractantă); Asigurarea spațiului de organizare cu respectarea tuturor măsurilor de siguranță, sau asigurarea managementului evenimentelor în formatul online. Asigurarea listei de invitați online (numărul nu va fi mai mic de 15 surse mass media, cu accent pe partenarii media, influenceri, bloggheri și lideri de opinie identificați anterior pentru colaborare; Coordonarea conținutului materialelor de presă apărute ulterior în presă; Realizarea press clippings și a raportului final al acțiunii cu furnizarea nu mai târziu decât 1-2 săptămâni de la încheierea evenimentului; asigurarea cadourilor pentru presa; asigurarea photo și video . <p>3. La fel Agenția va asigura campaniile de PR&C Comunicare pentru 3-5 campanii de organizarea a unor acțiuni în retail, E-commerce, alte evenimente ce vor contribui la promovarea și creșterea notorietății brandului vinicol de țară Wine of Moldova.</p> <p>Campania de PR&C Comunicare va dura 1 lună per fiecare eveniment separat, iar pentru evenimente emblematică, Ziua Națională a Vinului, 2 luni, fiind însoțite de - pre campanie, în timpul campanie și PR post campanie.</p> <p>Livrabile per eveniment :</p> <ol style="list-style-type: none"> minim 40 000 de click-uri; minim 2 milioane de afisari; minim 450.000de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 4 x per cookie)
--	--	--

		<p>Agencia va realiza in perioada mentionata :</p> <ol style="list-style-type: none"> Sesioni foto și crearea/cumpărarea de conținut foto relevant pentru a genera conținut vizual pentru promovarea brandului de țară Wine of Moldova pe piața României. Adaptarea conținutului existent furnizat de către autoritatea contractanta. Crearea și designul machetelor pentru presă Cantitate: 2-4 lunar bucăți. Agencia va asigura minim 3 ajustări până la aprobarea finală a autoritatea contractantă a acestora. Alte materiale la solicitare, adaptate spațiului și solicitărilor aparute ulterior. Cantitatea nu va depăși 8 buc. <p>NB! Conținutul și forma tuturor materialelor va fi coordonată cu autoritatea contractantă până la aprobarea finală de către contractant.</p>	<p>d) minim 700.000 de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).</p> <p>Agencia va realiza in perioada mentionata :</p> <ol style="list-style-type: none"> Sesioni foto și crearea/cumpărarea de conținut foto relevant pentru a genera conținut vizual pentru promovarea brandului de țară Wine of Moldova pe piața României. Adaptarea conținutului existent furnizat de către autoritatea contractanta. Crearea și designul machetelor pentru presă Cantitate: 2-4 lunar bucăți. Agencia va asigura minim 3 ajustări până la aprobarea finală a autoritatea contractantă a acestora. Alte materiale la solicitare, adaptate spațiului și solicitărilor aparute ulterior. Cantitatea nu va depăși 8 buc. <p>NB! Conținutul și forma tuturor materialelor va fi coordonată cu autoritatea contractantă până la aprobarea finală de către contractant.</p>
1.7	<p>Servicii de adaptare/creare de conținut foto/video)</p>	<p>Agencia va fi responsabilă de gestionarea paginilor de Social Media dedicate după cum urmează:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pagina de FACEBOOK Wine of Moldova România: Agencia va elabora un plan lunar de postări B2C. Conținut plan cel puțin 8 unități lunar dintre care 4 dedicate vinului+ 4 postare dedicată turismului vinicol; Community Management: 6 unități lunar; Copywriting: 8 unități lunar; Ads management: 4 unități lunar; Monitoring and reporting: 1 unități lunar; <p>1.1 KPIs:</p> <ol style="list-style-type: none"> Reach estimativ lunar: +100 000 mii Umăratori noi, anual : + 15 mii Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității. 	<p>Gestionarea paginilor de Social Media dedicate după cum urmează:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pagina de FACEBOOK Wine of Moldova România: Agencia va elabora un plan lunar de postări B2C. Conținut plan cel puțin 8 unități lunar dintre care 4 dedicate vinului+ 4 postare dedicată turismului vinicol; Community Management: 6 unități lunar; Copywriting: 8 unități lunar; Ads management: 4 unități lunar; Monitoring and reporting: 1 unități lunar; <p>1.1 KPIs:</p> <ol style="list-style-type: none"> Reach estimativ lunar: +100 000 mii Umăratori noi, anual : + 15 mii Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității.
1.8	<p>Social Media Management</p>	<p>Agencia va fi responsabilă de gestionarea paginilor de Social Media dedicate după cum urmează:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pagina de FACEBOOK Wine of Moldova România: Agencia va elabora un plan lunar de postări B2C. Conținut plan cel puțin 8 unități lunar dintre care 4 dedicate vinului+ 4 postare dedicată turismului vinicol; Community Management: 6 unități lunar; Copywriting: 8 unități lunar; Ads management: 4 unități lunar; Monitoring and reporting: 1 unități lunar; <p>1.1 KPIs:</p> <ol style="list-style-type: none"> Reach estimativ lunar: +100 000 mii Umăratori noi, anual : + 15 mii Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității. 	<p>Gestionarea paginilor de Social Media dedicate după cum urmează:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pagina de FACEBOOK Wine of Moldova România: Agencia va elabora un plan lunar de postări B2C. Conținut plan cel puțin 8 unități lunar dintre care 4 dedicate vinului+ 4 postare dedicată turismului vinicol; Community Management: 6 unități lunar; Copywriting: 8 unități lunar; Ads management: 4 unități lunar; Monitoring and reporting: 1 unități lunar; <p>1.1 KPIs:</p> <ol style="list-style-type: none"> Reach estimativ lunar: +100 000 mii Umăratori noi, anual : + 15 mii Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității.

		<p>2. <u>INSTAGRAM</u>:</p> <p>a) Realizarea planului lunar de postări B2C; b) 4 postări pe săptămână dintre care 3 dedicate vinului+ 1 postare dedicată turismului vinicol; c) Instagram Ads pentru 15 postări/lună;</p> <p><u>2.1 KPIs:</u> aa) Reach estimativ lunar: +100 mii; bb) Următorii noi pe pagină anual: +15 mii; cc) Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității;</p> <p>3. <u>LinkedIn</u>:</p> <p>a) Realizarea planului lunar de postări B2B; b) Cel puțin 8 postări lunare; c) Realizare interviuri corporate, câte 1 lunar.</p>	<p>2. <u>INSTAGRAM</u>:</p> <p>a) Realizarea planului lunar de postări B2C; b) 4 postări pe săptămână dintre care 3 dedicate vinului+ 1 postare dedicată turismului vinicol; c) Instagram Ads pentru 15 postări/lună;</p> <p><u>2.1 KPIs:</u> aa) Reach estimativ lunar: +100 mii; bb) Următorii noi pe pagină anual: +15 mii; cc) Concursuri și mecanisme de activare organică a comunității;</p> <p>3. <u>LinkedIn</u>:</p> <p>a) Realizarea planului lunar de postări B2B; b) Cel puțin 8 postări lunare; c) Realizare interviuri corporate, câte 1 lunar.</p>
1.9	<p>Organizarea Campaniei de Comunicare și digital pentru: "Rețea 1"</p>	<p>a) Comunicat de presă – cel puțin 2 buc. b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale c) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influenseri – 6 buc. f) Impresions: minimum 2 milioane; g) minim 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 4 x per cookie) z) minim 700.000+ de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).</p>	<p>a) Comunicat de presă – cel puțin 2 buc. b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale c) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influenseri – 6 buc. f) Impresions: minimum 2 milioane; g) minim 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 4 x per cookie) z) minim 700.000+ de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).</p>
1.10	<p>Organizarea Campaniei de Comunicare și digital "Rețea2"</p>	<p>a) Comunicat de presă – 2 buc. b) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; c) Organizarea și gestionarea campaniei digitale. d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influenseri – 6 buc; f) Impressions – 2 milioane; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 4 x per cookie) i) minim 700.000+ de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).</p>	<p>a) Comunicat de presă – 2 buc. b) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; c) Organizarea și gestionarea campaniei digitale. d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influenseri – 6 buc; f) Impressions – 2 milioane; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 4 x per cookie) i) minim 700.000+ de români (reach, la o frecvența de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).</p>
1.11	<p>Organizarea campaniilor de Comunicare și digital E-Commerce</p>	<p>a) Comunicat de presă – 2 buc. b) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; c) Organizarea și gestionarea campaniilor digitale. d) Postare pe FB, Instagram;</p>	<p>a) Comunicat de presă – 2 buc. b) Preluarea de catre media – cel puțin 8 media; c) Organizarea și gestionarea campaniilor digitale. d) Postare pe FB, Instagram;</p>

		<p>e) Postări influencers – 6 buc; f) Impressions – 2 milioane; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 4 x per cookie) i) minim 700.000+ de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).</p>	<p>e) Postări influencers – 6 buc; f) Impressions – 2 milioane; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 4 x per cookie) i) minim 700.000+ de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie).</p>
1.12	<p>Organizarea Campaniei de Comunicare și Digital "Ziua Vinului Rose"</p>	<p>a) Comunicat de presă – 1 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de către media – cel puțin 5 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencers – 6 buc; f) Impressions – 500 mii.</p>	<p>a) Comunicat de presă – 1 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de către media – cel puțin 5 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencers – 6 buc; f) Impressions – 500 mii.</p>
1.13	<p>Organizarea Campaniei de Comunicare și Digital "Ziua Națională a Vinului"</p>	<p>a) Comunicat de presă – 2 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de către media – cel puțin 10 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencers – 6 postari; f) Impressions – 2 mii impressions; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 4 x per cookie) z) minim 700.000+ de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie)</p>	<p>a) Comunicat de presă – 2 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de către media – cel puțin 10 media; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencers – 6 postari; f) Impressions – 2 mii impressions; g) 40 000 de click-uri; h) minim 450.000+ de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 4 x per cookie) z) minim 700.000+ de români (reach, la o frecvență de afisare de cel puțin 2.5 x per cookie)</p>
1.14	<p>Organizarea Campaniei de Comunicare "Vin in Moldova"</p>	<p>a) Comunicat de presă – 2 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de către media – cel puțin 5 buc; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencers – 6 buc; h) Impressions – 500 mii.</p>	<p>a) Comunicat de presă – 2 buc; b) Organizarea și gestionarea campaniei digitale; c) Preluarea de către media – cel puțin 5 buc; d) Postare pe FB, Instagram; e) Postări influencers – 6 buc; h) Impressions – 500 mii.</p>
1.15	<p>Serviciu de organizare Vizite de presă</p>	<p>Agencia va fi responsabilă de organizarea unei vizite de presă și pentru influenceri, pentru un număr de 8-10 de influenceri/reprezentanți media.</p> <p>Notă: Serviciile de asigurare transport, mese (mic dejun, prânz, cina), vizite/tururi la vinării, cazare vor fi asigurate de autoritatea contractantă.</p>	<p>Organizarea unei excursii pentru presă și influenceri, pentru un număr de 8-10 de influenceri/reprezentanți media.</p> <p>Notă: Serviciile de asigurare transport, mese (mic dejun, prânz, cina), vizite/tururi la vinării, cazare vor fi asigurate de autoritatea contractantă.</p>

		<p>Livrabile: Asigurarea a cel puțin câte un articol de la fiecare participant In total unii minim de 1,5 – 2 milioane de impresii.</p>	<p>Livrabile: Asigurarea a cel puțin câte un articol/ postare de la fiecare participant In total unii minim de 1,5 – 2 milioane de impresii.</p>
1.16	<p>Serviceiu de organizare Degustări online pentru media & PR gifting</p>	<p>Agenția va fi responsabilă de elaborarea conceptului și organizarea de degustări de vinuri online pentru 6-8 reprezentanți media și influenceri, realizate de un expert cu renume în domeniu.</p> <p>Agenția va fi responsabilă și de livrarea directă a vinurilor către participanții la sesiune.</p> <p>Agenția va fi responsabilă de asigurarea a minim 150 cadouri pentru influenceri și media, cu o valoare maximă per/cadou : 15 EUR, pe întreaga perioadă sus menționată. NB! Vinul va fi oferit de către autoritatea contractantă.</p> <p>Toate cadourile vor fi agreate și aprobate de către autoritatea contractantă.</p>	<p>Agenția va fi responsabilă de elaborarea conceptului și organizarea de degustări de vinuri online pentru 6-8 reprezentanți media și influenceri, realizate de un expert cu renume în domeniu.</p> <p>Agenția va fi responsabilă și de livrarea directă a vinurilor către participanții la sesiune.</p> <p>Agenția va fi responsabilă de asigurarea a minim 150 cadouri pentru influenceri și media, cu o valoare maximă per/cadou : 15 EUR, pe întreaga perioadă sus menționată. NB! Vinul va fi oferit de către autoritatea contractantă.</p> <p>Toate cadourile vor fi agreate și aprobate de către autoritatea contractantă.</p>

Denumirea întreprinderii: ZactivePR S.R.L.

Numele, prenumele directorului: Barladeanu Corina Oana (in calitate de Administrator)

Semnatura: _____

