

1. INTRODUCERE ȘI CONTEXT

Kooperativa Moldova (SRL JUST DIGITAL) înaintează prezenta ofertă tehnică în vederea participării la procedura de achiziție nr. 79592 din 17.02.2025, organizată de **Banca Națională a Moldovei** (BNM). Obiectul achiziției îl constituie **serviciile de informare și educare** privind sistemul de plăți instant MIA, care are ca scop principal creșterea accesului și a gradului de utilizare a tranzacțiilor rapide și sigure în rândul cetățenilor Republicii Moldova.

Prin experiența noastră de comunicare în proiecte naționale și internaționale, precum și prin afilierea cu **Kooperativa România** (agenție de top în regiune), suntem în măsură să livrăm o **campanie integrată**, care să îmbine componenta strategică, creativă și logistică (online & offline).

2. DESPRE KOOPERATIVA MOLDOVA

2.1. Scurt Istoric și Experiență

- Fondată în 2016 prin persoana juridică SRL TIRACOM GRUP, parte a grupului de companii
- Participare în peste **130 de proiecte** de marketing și comunicare pentru organizații și instituții de stat, agenții guvernamentale, ONG-uri, instituții bancare organizații internaționale (USAID, IREX etc.).
- Din decembrie 2024, parte a **Kooperativa România**, beneficiind de metodologii avansate și resurse umane extinse.

În portofoliul nostru se regăsesc campanii de **brand de țară** (Wine of Moldova, Moldova Travel, Moldova Health Travel), **organizații internaționale** (USAID, UNDP, GIZ, Biroul de Cooperare al Elveției, CRED, IREX, UN Women, etc) proiecte de **educație publică** în domeniul sănătății (Ministerul Sănătății, ANSP), dezvoltare a comunicării în **sectorului financiar** (Eximbank, SEBO, Forza.md)

Avantaje Competitive

1. **Echipă multidisciplinară:** specialiști în PR, design, producție video, SEO, Ads, influencer marketing, logistică evenimente etc.
2. **Abordare integrată:** combinăm canalele tradiționale (TV, radio, outdoor) cu cele moderne (social media, podcast, AR/gamificare).

3. **Flexibilitate:** adaptăm strategia în func ie de feedback-ul publicului  i de rezultatele ob inute în timp real.

2.2 OBIECTIVUL PROIECTULUI  I ROLUL MIA

MIA (plăti instant) reprezintă o ini iativ  strategică a BNM, viz nd:

- **Cre terea gradului de digitalizare** a tranzacțiilor în r ndul popula iei, reduc nd barierele pentru adop ia serviciilor bancare moderne.
- **Educa ie financiară** prin informarea publicului larg despre beneficiile și siguran a plăților electronice.
- **Accesibilitatea** sistemului, inclusiv pentru persoane din mediul rural, seniori, diaspora  i vorbitori de limbă rusă.

3. CONCEPT CREATIV:

„MIA – DE O MIE DE ORI, PENTRU MII DE OAMENI  I PROCENT MiiiiNIM”

3.1. Esen a Conceptului

Folosim jocul de cuvinte „MIA” – asociere cu ideea de „o mie” – pentru a sublinia **versatilitatea**  i **accesibilitatea** sistemului, în multiple contexte de via . Mesajul central: MIA este pentru to i, oric nd  i oriunde, fiind un instrument care scute te timpul  i oferă securitate.

3.2. Prezentare vizuală  i accent pe simplitate

- **Videoclipuri scurte** care surprind emo iile  i diversitatea oamenilor (familii, tineri, seniori, antreprenori), to i exprim ndu- i încrederea în MIA.
- **Tutoriale** de tip explainere, în care se arată clar, pas cu pas, cum se folose te MIA (instalare, tipuri de tranzacții).
- **Jingle** scurt  i memorabil, cu accent pe repetarea sintagmei „MIA”  i pe ideea de „mii de oameni” care îl pot folosi.

4. PLAN DE COMUNICARE  I SEGMENTARE A PUBLICULUI

Pentru eficien a maximă, segment m publicul în **10 categorii**, fiecare av nd mesaje  i canale adaptate, în rom n   i rusă:

Pentru prezentarea, informarea  i promovarea func ionalit ilor P2P, P2P via QR, RTP, Me2Me am identificat următoarele audien e  i segmentat publicul în mai multe categorii:

1. **Tineri (16-25 ani) mediul urban (RO/RU)**
 - o Canale: TikTok, Instagram, Telegram challenge-uri virale.
 - o Mesaj: rapid, la  ndem n , perfect pentru a trimite bani prietenilor.
 2. **Tineri (16-25 ani) mediul rural (RO/RU)**
 - o Canale: Facebook, caravane la licee, evenimente locale.
 - o Accent pe accesibilitate: transferuri fără să te deplasezi la ora .
 3. **Adul i (26-40 ani) mediul urban (RO/RU)**
 - o Google Ads, Facebook Ads, tutoriale avansate.
 - o Colaborări cu influenceri de lifestyle & business.
 4. **Adul i (26-40 ani) mediul rural (RO/RU)**
 - o Caravane, colaborare cu Poșta Moldovei  i primăriile.
 - o Simplifică pl  ile zilnice, economie de timp  i bani.
 5. **Familii tinere (25-45 ani) (RO/RU)**
 - o Ton emo ional: MIA ajută la gestionarea cheltuielilor casei, facturi, cumpărături online.
 - o Spoturi TV, postări cu exemple de familie ocupată.
 6. **Familii / Persoane v rst  medie (45-60 ani) (RO/RU)**
 - o Abordare clară  i practică, canale: Facebook, TV, radio, ziare locale, radio locale
 - o Tutoriale video pas cu pas pentru smartphone, conturi bancare.
 7. **Seniori (60+ ani) (RO/RU)**
 - o Principala sursă: contact direct cu Poșta Moldovei, caravane în sate, centre raionale, ora e  i municipii
 - o Asisten  la instalare  i explicare a func ionalit ilor MIA de către voluntarii Kooperativa  i BNM.
- 8 **Diaspora.**
- **Comunicare sistematică** mai ales în perioadele c nd revin acasă (Pa te – aprilie 2025, august 2025). Atunci vom intensifica targetarea online prin Performance campaigns, accent pe social media, tutoriale video, dar  i activit ile offline (caravana în localit i), spoturi radio locale target pentru diaspora

Totodată pentru segmentul de business suplimentar vom prezenta și targeta funcționalitățile P2B via QR & Deep Link, RTP pentru afaceri și anume:

8. **Antreprenori și IMM-uri (B2B) (RO/RU)**
 - Focus pe cash-flow rapid, LinkedIn, webinarii, asociații de business (Amcham, AIM, EBA, Camera de comerț, FIA, AIR)
 - Demonstrații despre cum MIA reduce timpul de așteptare al încasărilor.

5. PARTENERIATE STRATEGICE

1. **Băncile Comerciale:** amplasarea pliantelor la ghișee, diseminarea tutorialelor, formarea personalului de front office pentru a explica MIA clienților.
2. **Poșta Moldovei:** afișe și broșuri în oficii, mini-sesiuni de informare, logistică pentru caravane în medii rurale.
3. **Primării / Autorități Locale:** acordarea de spații publice pentru evenimente, sprijin în promovarea campaniei la nivel comunal/județean.
4. **Asociații de business:** informarea avantajelor de cashflow, comisioane reduse, rapiditate de primire a banilor în cont

6. EXPERIENȚĂ ANTERIOARĂ ȘI ECHIPA KOOPERATIVA MOLDOVA

6.1. Experiență în Proiecte Anterioare similare

- **USAID:** 5 campanii de comunicare strategică în ultimii 2 ani pentru public larg (justiție, vamă, industria vitivinicolă, sectorul IMM, industria verde)
- **Wine of Moldova:** în ultimii 2 ani, toată comunicarea gestionată, inclusiv B2C, 9 piețe țintă din Europa și Asia, comunicare locală evenimente, festivaluri, social media, influencer marketing.
- **Moldova Travel:** branding, spoturi turistice, parteneriate internaționale, coordonare spot video elaborat de către Euronews
- **Health Travel Moldova:** promovarea brandului de țară și a turismului medical, public țintă diaspora.
- **SEBO:** ultimii 2 ani toată comunicarea gestionată, influencer marketing, spoturi video, animate, social media, PR
- **Eximbank:** strategii Facebook Ads, Google Ads, creșterea lead-urilor.
- **IREX / US Embassy:** producție TV, Just Vlog (25 episoade), difuzare multiplă.

Nr	PROJECT NAME	LIVRABILE	PERIOADA
1	Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării	Consultanță Comunicare Strategică PR Organizare Evenimente	Septembrie 2023- Prezent
2	Ministerul Sănătății	Campanie de comunicare AVC Campanie de comunicare Sare Zahăr și Grăsimi	2023- Noiembrie 2024
3	Agencia de Investiti	Elaborare 3 spoturi video de prezentare a țării	August 2024- Noiembrie 2024
4	USAID Moldova	Dezvoltare a 5 campanii de comunicare strategică (DEXIS, RCRA, MISRA)	August 2023- Ianuarie 2025
5	Eximbank	Social media management Materiale grafice PPC campanii (Google, Facebook, Instagram)	Iulie 2024 – Prezent
6	USAID Moldova	Comunicare integrata 360	Iulie 2023 – Prezent
7	Radio Noroc	Elaborare strategie Marketing Elaborare brandbook Social Media Management Web Development	Iunie 2024- Prezent
8	ANSP	<u>Dezvoltare</u> strategie marketing Consultanță Comunicare Strategică	Februarie - Iulie 2024
7	SEBO	Elaborarea conceptului creativ pentru campanie Scriere și gestionare campanii PPC (Facebook Ads, Google Ads) Landing pages optimizate pentru conversii Segmentare și direcționare conținut vizual adaptat diferitelor segmente de audiență Analiza performanțelor (cost pe lead, rată de conversie)	Decembrie 2024- Prezent

9	Asociația Măilor Producători De vin	<input type="checkbox"/> Elaborarea conceptului creativ pentru campanie <input type="checkbox"/> Setare și gestionare campanii PPC (Facebook Ads, Google Ads) Materiale Grafice Spoturi video	Iulie 2024-Prezent
10	Moldexpo	<input type="checkbox"/> Elaborarea conceptului creativ pentru campanii expoziții <input type="checkbox"/> Setare și gestionare campanii PPC (Facebook Ads, Google Ads) Materiale Grafice Spoturi video	Martie 2024 – Prezent
11	CNTS (Donează Sânge)	<input type="checkbox"/> Campanii social media cu testimoniale ale donatorilor <input type="checkbox"/> Spoturi video de promovare <input type="checkbox"/>	Martie 2023 – Martie 2024
	CRJM	<input type="checkbox"/> Producție spot video educativ (drepturi și acces la justiție) <input type="checkbox"/> Concept creativ, slogan, branding digital	Februarie 2024
12	EU Foreign Policy	Strategia de comunicare + mesaje-cheie Materiale grafice pentru social media (infografice, postări) Spoturi radio scurte, interviuri cu specialiști Evenimente cu întreprinderi demonstrative.	2023
13	Mediata din Moldova	https://youtu.be/gpVQj8V4u1E	2023
14	EBS Integrator	https://www.youtube.com/watch?v=a9BSDB1XIQs	2022-2023

6.2. Structură Echipă

Project Management

- **Ecaterina Cravenco** – Project Manager
- **Valeria Leontii** – Project Manager
- **Evelina Tcaci** – Specialist Marketing, contact cu mass-media.
- **Alexandra Braguta** – Project Manager.
- **Cristina Surdu** – Specialist PR, scriere comunicate.
- **Iulia Cazacu** – Junior Project Manager

Design & Ilustrație

- **Cristian Balatel, Cristian Chetraru, Natalia Toderica, Maria Cosan, Petru Pirlea, Petru Ababii, Snejana Visov** – echipă dedicată pentru graphic design, ilustrații, motion design.

Performance Marketing (Ads & SEO)

- **Ion Guzun** – Ads Meta Management.
- **Catalina Melega** – Google Ads Management.
- **Mihai Cazacu** – SEO Specialist.

Content Marketing & PR

- **Adriana Bragari** – Influencer Marketing Manager.
- **Nicoleta Bolgar, Corneliu Dicusari** – Content Makeri.
- **Daniela Ciorici, Iuliana Russu, Mihaela Sîrbu** – Specialiști PR.

Departament Video

- **Igor Vlas** – Regizor.
- **Sergiu Scobioală** – Producător.
- **Stas Cosciug** – Fotograf.
- **Sergiu Vlas** – DOP.
- **Sergiu Aframu** – Colour Editor.
- **Ecaterina Cazacu** – Editor Video.

7. ETAPE DE IMPLEMENTARE (GRĂBITE, CU FOCUS APRILIE-MAI)

Faza 1: Concepere și Planificare (Luna 1)

Obiectiv: Stabilirea bazei strategice, definirea conceptului, scenariilor și a bugetării inițiale.

1. Servicii de dezvoltare concept campanii (1)

- (1.a) Cercetare de piață: ce rețele, canale de informare, preferințe are publicul.
- (1.b) Crearea conceptului creativ (slogan, jingle, direcție vizuală).
- (1.c) Planificare și bugetare campanie, calendar general.
- (1.d) Identificarea canalelor de comunicare (TV, radio, social media, off-line).
- (1.e) Livrarea unui concept detaliat final.

- **Livrabil:** 6 concepte (2 la fiecare 3 luni) – ex. 1 concept dedicat Persoanelor Fizice, 1 concept Persoane Juridice la fiecare trimestru.
- 2. **Servicii de creare conținut textual (8)**
 - Realizare articole, postări planificate pentru blog / rețele sociale, adaptate încă de la început la concept.
 - **Livrabil:** Prim set de texte promoționale (introducere MIA, FAQ, GHID start).
- 3. **Servicii de audit al performanței digitale (15)**
 - Chiar înainte de lansarea efectivă, analizăm ce prezență actuală există (site, conturi BNM).
 - **Livrabil:** Raport inițial cu recomandări pentru implementarea conceptului.

Faza 2: Dezvoltare Creativă & Organizare Evenimente Inițiale (Luna 2)

Obiectiv: Elaborarea materialelor de bază (video scurte, design, primele evenimente off-line).

1. **Servicii de design vizual (7)**
 - (7.a) Crearea identității vizuale a campaniei MIA, layout afișe, bannere.
 - (7.b) Optimizarea designului pentru diverse medii (print/digital).
 - **Livrabil:** Set complet de elemente grafice (format final & editabil).
2. **Servicii de organizare măsuri de promovare off-line (2)**
 - (2.a) Crearea unui plan de acțiuni off-line, evenimente tip roadshow.
 - (2.b) Materiale de promovare (pliante, bannere), logistică, rapoarte finale.
 - **Livrabil:** Raport privind componentele utilizate per eveniment.
3. **Servicii de creare conținut video informativ scurt (4)**
 - (4.a) Scenarii, concept vizual.
 - (4.b) Filmare, editare, adaptare pentru reels, shorts. Minim 4/lună, 7 luni.
 - **Livrabil:** spoturi scurte (10-40 secunde).
4. **Servicii de creare conținut audio & plasări radio (6)**
 - (6.a) Producerea spoturilor radio (15s, 30s, 1min).
 - (6.b) Elaborare Planuri de media, difuzare, Raport de difuzare.

(La finalul acestei faze, avem deja materiale scurte video, bannere, pliante și primele spoturi radio.)

Faza 3: Lansare Campanie Off-line & Activități de Marketing (Luna 3)

Obiectiv: Valorificarea potențialului BTL (Below The Line), menținerea coerenței cu conceptul creativ, plus primele repere de marketing experiențial.

1. **Servicii de informare a grupurilor-țintă specifice și alte activități de marketing off-line (3)**
 - (3.a) Campanii de promovare experiențial: activități la puncte de vânzare, distribuire mostre, demonstrații.
 - (3.b) Respectarea standardelor brandului MIA pe teren, raportare BTL.
 - **Livrabil:** Raport cu materialele promoționale distribuite.
2. **Servicii de creare conținut video explicativ (5)**
 - (5.a) Filare, editare clipuri 1–5 minute (tutoriale, testimoniale). Minim 1/lună, 7 luni.
 - (5.b) Livrare finală, recomandări pentru distribuție (YouTube, site, rețele).
3. **Servicii de creare conținut pentru publicarea ulterioară pe rețele sociale (9)**
 - (9.a) Planificarea conținutului (calendar editorial).
 - (9.b) Postări optimizate (text, imagini, video) adaptate fiecare platformă (Facebook, Instagram, TikTok).
 - **Livrabil:** Calendar editorial detaliat.

(La finalul acestei faze, campania off-line este deja lansată, publicul are primele interacțiuni cu MIA, iar rețelele sociale se alimentează constant cu conținut video explicativ.)

Faza 4: Amplificare Digitală & Performance Marketing (Lunile 4–6)

Obiectiv: Extinderea masivă în mediul online (campanii plătite, SEO, influencer marketing), menținând totodată fluxul de evenimente off-line, cu intensificare specială în aprilie–mai (perioadă activă).

1. **Servicii de SEO optimizare (10)**
 - (10.a) Audit SEO site MIA, structura URL, cuvinte cheie.
 - (10.b) Strategie link-building, creșterea ranking-ului Google.
 - **Livrabil:** Raport audit SEO + implementare minim 3-5 cuvinte cheie prioritare.
2. **Servicii de informare on-line (Digital Ads) (11)**
 - (11.a) Campanii tip Awareness (CPM, reach 5mil/lună).
 - (11.b) Campanii tip Engagement (CPC, min. 1000 interacțiuni/lună).
 - **Livrabil:** Raport digital (plan publicitar, configurare/optimizare, indicatori).
3. **Servicii de gestionare a campaniilor de informare online (12)**
 - (12.a) Planificare & implementare, optimizare CPC/CPA.
 - (12.b) Monitorizare & rapoarte, respectare termene.
 - **Livrabil:** Intermediere financiară (%) a promovării digitale.
4. **Servicii de comunicare strategică (13)**
 - (13.a) Identificare & brief influenceri relevanți, plan de colaborare.
 - (13.b) Monitorizare rezultate, raport conținut creat.

(Perioada aprilie-mai devine vârf de promovare, caravana off-line se intensifică, diaspora e vizată în aprilie (Paște).)

Faza 5: Extindere Metode Inovaționale & Podcasturi (Lunile 7–12)

Obiectiv: Menținerea interesului, introducerea metodelor netradiționale, accent deosebit pe diaspora în august și pe canalele mobile / podcast.

1. **Servicii de promovare a plăților instant MIA în spații comerciale & publice (14)**
 - (14.a) Identificare locații cheie (mall, supermarketuri, spații publice).
 - (14.b) Creare și producție spoturi audio-video, instalarea și monitorizare.
 - (14.c) Raportare performanță.
 - **Livrabil:** Cantitatea spoturilor afișate indoor/outdoor.
2. **Servicii de promovare prin aplicații mobile (16)**
 - (16.a) Crearea campaniilor de promovare direct în aplicații mobile.
 - (16.b) Optimizare format mobil, raportare performanță.
3. **Servicii de promovare a MIA prin podcast-uri (17)**
 - (17.a) Identificare podcast-uri relevante, plan de promovare & mesaje cheie.
 - (17.b) Monitorizare impact, rapoarte.
4. **Servicii de elaborare și diseminare a newsletter-ului (18)**
 - (18.a) Creare design/structură newsletter, conținut adaptat.
 - (18.b) Raportare rată de deschidere/click.
5. **Servicii de promovare netradiționale & inovaționale (19)**
 - (19.a) Metode de realitate augmentată, voice technology, gamificare.
 - (19.b) Promovare în comunități on-line specializate.
 - **Livrabil:** Raport măsurare impact inovații.

(În august, accent special pe diaspora, care revine masiv în țară, instalare standuri la aeroport, spoturi radio etc.)

8. KPI ȘI MONITORIZARE

1. **Adopție MIA:** +30% tranzacții în primele 6 luni, +50% la finalul campaniei.
2. **Reach național:** minim 50% populație urbană și 35% rural să fie informată despre MIA.
3. **Evenimente offline:** minim 12 caravane, organizate în parteneriat cu echipa BNM și Kooperativa Moldova, implicând 10.000-15.000 persoane.
4. **Diaspora:** activare specifică în aprilie (Paște 2025) și august (2025)

5. **Performance digital:** 25 milioane afișări cumulate pe Ads, minim 50.000 interacțiuni organice.

Monitorizarea se va face prin rapoarte lunare de optimizare și **rapoarte trimestriale** pentru BNM, care vor include date privind comportamentul utilizatorilor, feedback colectat offline, mențiuni în presă și reacții ale influencerilor.

9. CONCLUZII FINALE

Prin această ofertă tehnică, **Kooperativa Moldova** își asumă angajamentul de a sprijini Banca Națională a Moldovei în promovarea plăților instant MIA, cu un concept unic și simplu, ce va fi fredonat de întreaga țară, în direcția: „**MIA – DE O MIE DE ORI, PENTRU MII DE OAMENI cu MiiiNim Procent**”. Strategia propusă îmbină eficient canalele online și offline, punând accent pe emoția transmisă prin video, tutoriale practice, parteneriate cu bănci și Poșta Moldovei, dar și campanii targetate pentru diaspora la date cheie.

Experiența noastră în campanii similare (Wine of Moldova, Moldova Travel, Eximbank, IREX etc.) și expertiza adusă de afilierea cu Kooperativa România ne conferă resursele și metodologiile necesare pentru a livra rezultate solide. Obiectivul principal este să contribuim la o adopție susținută a MIA, la dezvoltarea educației financiare și la creșterea încrederii publicului în sistemul bancar modern.

Ne exprimăm disponibilitatea de a colabora îndeaproape cu echipa BNM, de a respecta cerințele și termenele din caietul de sarcini și de a prezenta rapoarte transparente și obiective pe parcursul întregii implementări.

Semnat: ȚÎRA Mircea
Administrator SRL JUST DIGITAL
Data: 17 02 2025

Semnătura electronică: