

Specificații tehnice

[Acest tabel va fi completat de către ofertant în coloanele 2, 3, 4, 6, 7, iar de către autoritatea contractantă – în coloanele 1, 5]

Numărul procedurii de achiziție: Informația o găsiți în SIA RSAP.						
Obiectul achiziției: Servicii de consultanță în gestiune marketing și servicii de rebranding						
Denumirea bunurilor/serviciilor	Denumirea modelului/bunului/serviciului	Țara de origine	Produsul	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant	Standarde de referință
1	2	3	4	5	6	7
Bunuri/servicii						
Servicii de consultanță în gestiune marketing și servicii de rebranding				<p>1. Elaborarea strategiei și filosofiei de poziționare pentru o perioadă de 5 ani. Ofertantul va prezenta conceptul unui plan detaliat și un calendar de acțiuni.</p> <p>2. Dezvoltarea a 3 concepte polare de identitate vizuală, care să includă platformele digitale și cele liniare, cum ar fi: TV Moldova 1; TV Moldova 2; Radio Moldova, Radio Moldova Tineret, Radio Moldova Muzical; și colective cum ar fi Orchestra Simfonică Națională a Companiei „Teleradio-Moldova” etc., dar și cu potențial de extindere a acestora. După selectarea identității vizuale, ar urma elaborarea unor pachete grafice, care să includă generice video pentru promo, publicitate, dar și a câte 3 emisiuni per platformă.</p>	<p>1. Elaborarea strategiei și filosofiei de poziționare pentru o perioadă de 5 ani.</p> <p>2. Identitate – Filosofia și poziționarea companiei - identitatea se va baza pe o filosofie (istorie, gând) pe care dorim să o transmitem spectatorilor.</p> <p>Realizarea logo-ului și identității - vom prezenta minim 3 concepte de identitate, care vor fi realizate de</p>	


				<p>3. Elaborarea ghid de exploatare a identităților vizuale. Ghidul ar trebui să conțină instrucțiuni detaliate cu privire la utilizarea identităților vizuale pe platformele Companiei, cu variațiile de rigoare.</p> <p>4. Elaborarea conceptului de campanie de lansare, incluzându-se formatul, descrierea detaliată a acțiunilor și calendarul de implementare.</p> <p>5. Dezvoltarea și asistența în implementarea materialelor pentru campania de lansare pe plan intern și plan extern.</p> <p>6. Elaborarea unui plan de comunicare pe digital, inclusiv Hero Hub Hygiene pentru 1 an. Ofertantul va elabora un plan detaliat de comunicare digitală, care va cuprinde:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*identificarea publicului țintă;</li> <li>*stabilirea obiectivelor de comunicare digitală;</li> <li>*identificarea mesajelor cheie în funcție de obiectivele stabilite;</li> <li>*identificarea canalelor pentru comunicarea digitală etc.</li> </ul>	<p>3 designeri diferiți după care veți alege una pe care o vom aplica pe toate materialele ce poartă brandul dvs. și le vom include în guideline.</p> <p>3. Guideline final va include următoarele materiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Istoria brandului și motivul de existență</li> <li>- Manifestul și modul în care se reflectă el în ceea ce facem zi de zi</li> <li>- Descrierea ce rol jucăm în viața oamenilor</li> <li>- Cum comunicăm între noi și cu spectatori și partenerii noștri</li> <li>- Cum lucrează identitatea în tot ecosistemul pe de stații pe care în aveți</li> <li>- Logo-urile pentru ecosistem</li> <li>- Fonturile și ornamentele</li> <li>- Culorile</li> <li>- Cum proiectăm identitatea pe materiale, reguli</li> </ul>
--	--	--	--	---	--

- Exemple și files de tipar pentru de materiale cu logo, tot ce ține de materialele branduite
- Cum trăiește logo-ul în comunicare
- Design de postări

Plus lista de materiale definită de Beneficiar.

4. Campania de lansare - lansarea noului manifesto. Odată cu finalizarea lucrărilor pe brand, recomandăm lansarea unei campanii masive ce ar introduce noua poziționare mai întâi pe intern apoi pentru publicul larg, posibil cu un spot publicitar. Prin această campanie vom lansa manifesto nou, dar și vom stimula vizionarea stației.

Având substratul strategic, vom contura conceptul creativ și mesajul unitar al campaniei de lansare a brandului nou.

<p>Totodată, vom gândi mixul de materiale și media pentru campania data ca având bugetul disponibil el sa fie utilizat cât mai eficient.</p> <p>5. Asistența în implementarea materialelor pentru campania de lansare pe plan intern și plan extern.</p> <p>6. Prezența stației pe rețelele de socializare urmează a fi întărită prin implementarea unei strategii de content, care definește ritmul de postări, dar și temele abordate.</p> <p>Un model potrivit ar fi divizarea postărilor în trei categorii - Hero, Hub &amp; Hygiene. Fiecare din ele având definite standardele de postare dar și sursele de idei.</p>						
---	--	--	--	--	--	---

Semnnați: \_\_\_\_\_ Numele, Prenumele: Olga Chiliverda în calitate de: Director Financiar

Ofertantul: AP "NRG Media" SRL Adresa: mun. Chișinău, str. Al. Puskin 15