

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 achiziției : 21391008/ ocde-b3wdp1-MD-1743512947764 din 1 aprilie 2025
Obiectul achiziției: <u>Servicii PR si Comunicare în cadrul Congresului Mondial OIV/RM/2025</u>

Denumirea bunurilor/serviciilor	Denumirea modelului bunului/serviciului	Țara de origine	Produce	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						
Lotul 1 <u>Achiziția serviciilor de PR și comunicare pentru promovarea Congresului Mondial OIV 2025, având ca obiectiv asigurarea unei vizibilități sporite și a unei comunicări eficiente în toate etapele de desfășurare.</u>						
1. <u>Servicii de elaborare Plan strategic acțiuni PR</u>	<u>Servicii de elaborare Plan strategic acțiuni PR</u>			Elaborarea planului strategic de acțiuni PR pentru: Pre-Event (6-8 săptămâni): Definirea obiectivelor de comunicare, identificarea publicului-țintă, selectarea canalelor de comunicare relevante, planificarea activităților de promovare preliminare. Life Event: Implementarea strategiilor de comunicare stabilite, gestionarea relațiilor cu mass-media, monitorizarea și ajustarea campaniilor în funcție de feedback.	Servicii de elaborare a planului strategic de acțiuni PR pentru eveniment, structurat în trei etape: Pre-Event (6-8 săptămâni) Definirea obiectivelor de comunicare, și identificarea publicului-țintă Selectarea canalelor de comunicare relevante. Planifica activităților de promovare preliminare Life Event: implementarea strategiilor de comunicare stabilite, asigurând gestionarea relațiilor cu mass-media. Realizarea monitorizării	

				Post-Event (2 săptămâni): Evaluarea impactului campaniei, colectarea datelor statistice, redactarea raportului de eficiență. Elemente cheie: -Obiectivele de comunicare; -Mesajele de comunicare aferente; -Canalele de comunicare utilizate; -Calendarul activităților și descrierea livrabilelor principale. Parametri tehnici: -Planul strategic va avea un minim de 10 pagini și va include un grafic detaliat al acțiunilor. -Vor fi incluse minim 3 variante de mesaje-cheie personalizate pentru fiecare etapă a evenimentului. Livrabile: -Plan strategic de comunicare; -Set de mesaje-cheie pentru fiecare etapă. NOTA: Se solicita obligativitatea și necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare//elaborare versiunii finale etc.	impactului mesajelor transmise și ajustarea campaniilor în funcție de feedback. Post-Event (2 săptămâni) Efectuarea evaluării impactului campaniei prin colectarea și analizarea datelor statistice relevante. Redactarea unui raport de eficiență. Utilizarea elementelor cheie: -Obiectivele de comunicare; -Mesajele de comunicare aferente; -Canalele de comunicare utilizate; -Calendarul activităților și descrierea livrabilelor principale. Parametri tehnici: Planul strategic va avea un volum de 10 pagini, cu un grafic detaliat al acțiunilor și trei variante de mesaje-cheie personalizate pentru fiecare etapă a evenimentului. Livrabile: -Plan strategic de comunicare; -Set de mesaje-cheie pentru fiecare etapă. NOTA: Se va respecta obligativitatea și necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare//elaborare	
--	--	--	--	---	--	--

					versiunii finale etc.	
<u>2.Comunicarea și promovarea evenimentului</u>	<u>Comunicarea și promovarea evenimentului</u>			Realizarea planului de comunicare: ☑Elaborarea unei strategii coerente de diseminare a informațiilor. ☑Elaborarea comunicatelor de presă (RO/ENG): ☑Cercetare și documentare; ☑Poziționarea subiectelor pentru mass-media; ☑Identificarea unghiurilor de abordare pentru fiecare tip de public. ☑Dezvoltarea mesajelor de PR (RO/ENG): ☑Crearea unui set de mesaje cheie coerente; ☑Adaptarea mesajelor în funcție de canalul utilizat; ☑Pregătirea mesajelor pentru diverse formate (comunicate, interviuri, rețele sociale). Parametri tehnici: -Minimum 5 comunicate de presă în format RO/ENG. -Comunicatele de presă trebuie să aibă între 400-600 de cuvinte fiecare. -Mesajele de PR trebuie să fie adaptate pentru cel puțin 3 canale de comunicare diferite. Livrabile: -Plan de comunicare detaliat; -Minimul de 5 comunicate de presă (RO/ENG); -Set de mesaje PR pentru	Elaborarea unui plan de comunicare complet, care să includă strategii clare și eficiente de diseminare a informațiilor: -Elaborarea comunicatelor de presă (RO/ENG): -Cercetare și documentare; -Poziționarea subiectelor pentru mass-media; -Identificarea unghiurilor de abordare pentru fiecare tip de public. -Dezvoltarea mesajelor de PR (RO/ENG): -Crearea unui set de mesaje cheie coerente; -Adaptarea mesajelor în funcție de canalul utilizat; -Pregătirea mesajelor pentru diverse formate (comunicate, interviuri, rețele sociale). Parametri tehnici ce se vor aplica: - 5 comunicate de presă în format RO/ENG. -Comunicatele de presă vor avea între 400-600 de cuvinte fiecare. -Mesajele de PR vor fi adaptate pentru 3 canale de comunicare diferite. NOTA: Se va respecta obligativitatea si necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare//elaborare	

				campania de comunicare. NOTA: Se solicita obligativitatea si necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare/participare/elaborare finala etc.	versiunii finale etc.	
<u>3.Managementul și asigurarea parteneriatelor cu mass-media offline/online</u>	<u>Managementul și asigurarea parteneriatelor cu mass-media offline/online</u>			Managementul și asigurarea parteneriatelor cu mass-media offline/online, dupa cum urmeaza: ☑Elaborarea scrisorilor de parteneriate media: Propuneri de colaborare personalizate pentru fiecare instituție media. ☑Expedierea și urmărirea procesului de parteneriat: Contact direct, stabilirea condițiilor de parteneriat, semnarea acordurilor. ☑Participarea la evenimente: Interacțiunea cu jurnaliștii, consolidarea relațiilor cu mass-media. ☑Preluarea și difuzarea comunicatelor emise: Asigurarea transmiterii mesajelor către publicul-țintă. ☑Elaborarea materialelor de autor: Articole de opinie, interviuri exclusive, reportaje. ☑Elaborarea fișelor informative pentru mass-media: Documente sintetice cu informații esențiale despre eveniment. Parametri tehnici: -Minimum 10 scrisori de	Gestionarea și dezvoltarea parteneriatelor cu instituțiile media offline și online. -Elaborarea scrisorilor de parteneriate media: Propuneri de colaborare personalizate pentru fiecare instituție media. -Expedierea și urmărirea procesului de parteneriat: Contact direct, stabilirea condițiilor de parteneriat, semnarea acordurilor. -Participarea la evenimente: Interacțiunea cu jurnaliștii, consolidarea relațiilor cu mass-media. -Preluarea și difuzarea comunicatelor emise: Asigurarea transmiterii mesajelor către publicul-țintă. -Elaborarea materialelor de autor: Articole de opinie, interviuri exclusive, reportaje -Elaborarea fișelor informative pentru mass-media: Documente sintetice cu informații esențiale despre	

				parteneriat trimise către instituții media relevante. -Minimum 5 parteneriate media confirmate. -Minimum 2 articole de autor realizate. Livrabile: -Scrisori de parteneriat și confirmări; -Lista finală a partenerilor media; Articole și materiale de autor.	eveniment. Parametri tehnici: - 10 scrisori de parteneriat trimise către instituții media relevante. - 5 parteneriate media confirmate. - 2 articole de autor realizate. Livrabile: -Scrisori de parteneriat și confirmări; -Lista finală a partenerilor media; Articole și materiale de autor.	
<u>4.Managementul participării la emisiuni radio/TV</u>	<u>Managementul participării la emisiuni radio/TV</u>			Identificarea oportunităților media precum si servicii de management relevant, dupa cum urmeaza: ☑Stabilirea posturilor relevante și emisiunilor potrivite. Selectarea posturilor TV și radio cu acoperire națională și/sau regională. Prioritizarea canalelor cu o audiență relevantă pentru eveniment (ex. business, industrie, turism, economie, agricultură). Se vor prefera emisiuni cu un rating minim de [exemplu: 50.000 telespectatori sau un share de 3% pe segmentul relevant]. ☑Coordonarea logisticii interviurilor: Programarea și asigurarea participării vorbitorilor desemnați. Pregătirea detaliilor tehnice	Identificarea celor mai bune oportunități media și asigurarea unui management eficient după cum urmează: -Stabilirea posturilor relevante și emisiunilor potrivite. Selectarea posturilor TV și radio cu acoperire națională și/sau regională. Prioritizarea canalelor cu o audiență relevantă pentru eveniment (ex. business, industrie, turism, economie, agricultură). Accent se va pune pe emisiuni cu un rating de la: 50.000 telespectatori sau un share de 3% pe segmentul relevant. -Coordonarea logisticii interviurilor: Programarea	

				(formatul emisiunii, durata intervenției, tematica abordată). ☑ Pregătirea și instruirea reprezentanților: Training pentru vorbitori (ex. director ONVV, oficiali) privind discursul, tonul, gestionarea întrebărilor dificile. ☑ Elaborarea unei fișe informative pentru fiecare intervenție media. Parametri tehnici: -Minimum 3 participări confirmate la emisiuni radio/TV. Tipurile de emisiuni (de exemplu, talk-show-uri, jurnale de știri, emisiuni tematice); -Publicul țintă sau audiența minimă a canalelor TV/radio (top 8 național după rating și audiență). -Minimum 2 sesiuni de training pentru purtătorii de cuvânt. Livrabile: -Plan de participare la emisiuni; -Raport privind interviurile și participările media. NOTA: Se solicita obligativitatea și necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare/participare etc.	și asigurarea participării vorbitorilor desemnați. Pregătirea detaliilor tehnice (formatul emisiunii, durata intervenției, tematica abordată). -Pregătirea și instruirea reprezentanților: Training pentru vorbitori (director ONVV, oficiali) privind discursul, tonul, gestionarea întrebărilor dificile. -Elaborarea unei fișe informative pentru fiecare intervenție media. Parametri tehnici: - 3 participări confirmate la emisiuni radio/TV. Tipurile de emisiuni talk-show-uri, jurnale de știri, emisiuni tematice; -Publicul țintă sau audiența minimă a canalelor TV/radio (top 8 național după rating și audiență). - 2 sesiuni de training pentru purtătorii de cuvânt. Livrabile: -Plan de participare la emisiuni; -Raport privind interviurile și participările media. NOTA: Se va respecta obligativitatea și necesitatea aprobării prealabile din	
--	--	--	--	--	--	--

					partea beneficiarului înainte de publicare//elaborare versiunii finale etc.	
<u>5.Elaborarea discursurilor</u>	<u>Elaborarea discursurilor</u>			Elaborarea discursurilor ce vor cuprinde: Elaborarea discursului pentru Directorul ONVV: -Identificarea tonului și stilului adecvat; -Integrarea mesajelor strategice; -Adaptarea conținutului pentru diverse audiențe. Parametri tehnici: -Minimum 2 variante de discurs pentru Directorul ONVV. Lungime: 500-700 de cuvinte (echivalentul a 4-5 minute de discurs). Minimum 2 variante de discurs adaptate audienței și contextului. Versiuni disponibile în limbile română și engleză. Discurs redactat în format Word/PDF, cu marcaje pentru intonație și pause. Livrabile: -Discursuri oficiale; NOTA: Se solicita obligativitatea și necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare/elaborare versiunilor finale.	Crearea discursurilor ce vor cuprinde: -Elaborarea discursului pentru Directorul ONVV: -Identificarea tonului și stilului adecvat; -Integrarea mesajelor strategice; -Adaptarea conținutului pentru diverse audiențe. Parametri tehnici: - 2 variante de discurs pentru Directorul ONVV. Lungime: 500-700 de cuvinte (echivalentul a 4-5 minute de discurs). 2 variante de discurs adaptate audienței și contextului. Versiuni disponibile în limbile română și engleză. Discurs redactat în format Word/PDF, cu marcaje pentru intonație și pause. Livrabile: -Discursuri oficiale; NOTA: Se va respecta obligativitatea și necesitatea aprobării prealabile din partea beneficiarului înainte de publicare//elaborare versiunii finale etc.	
<u>6.Elaborarea direcțiilor de mesaje pentru alți oficiali</u>	<u>Elaborarea direcțiilor de</u>			Definirea direcțiilor de mesaje pentru alți oficiali implicați în	Definitivarea direcțiilor de mesaje pentru alți oficiali	

	<u>mesaje pentru alți oficiali</u>			eveniment: -Personalizarea mesajelor pentru fiecare vorbitor; -Asigurarea coerenței în strategia generală de comunicare. ☑ Minimum 3 direcții de mesaje pentru oficiali Livrabile: Direcții de comunicare pentru oficiali.	implicați în eveniment: -Personalizarea mesajelor pentru fiecare vorbitor; -Asigurarea coerenței în strategia generală de comunicare. - 3 direcții de mesaje pentru oficiali Livrabile: Direcții de comunicare pentru oficiali.	
<u>7.Raport final</u>	<u>Raport final</u>			Un raport final al campaniei de comunicare O colecție de articole și apariții media într-un dosar digital livrat beneficiarului.	Prezentarea raportului final al campaniei de comunicare, raportul va include și o prezentare cu articole și apariții media într-un dosar digital livrat beneficiarului.	
TOTAL						

Semnat:_____ Numele, Prenumele: **Anatolie Botnarenco** În calitate de: **Director General**
Ofertantul: **MS-PROD SRL** Adresa: **mun. Chișinău, bd. Dacia 2**
