

Anexa nr.23
la Documentația standard nr.____
din “___” _____ 20__

Specificații de tehnice

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

	Numărul procedurii de achiziție 21616155 din 7 mai 2026
	Obiectul de achiziție: Servicii de promovare a ofertei educaționale a universităților din Republica Moldova

Nr.	Denumirea bunurilor/serviciilor	Specificarea tehnică deplină solicitată de către autoritatea contractantă	Specificarea tehnică deplină propusă de către ofertant
	1	2	3
1	Servicii de promovare a ofertei educaționale a universităților din Republica Moldova Cod CPV: 79342200-5		
1.1	Strategia de promovare	Conform specificației tehnice descifrate din Caietul de sarcini	SCP Parsec va dezvolta și implementa o strategie de marketing integrată, desfășurată pe o perioadă de 3 luni,

			<p>orientată spre performanță și generare de lead-uri calificate.</p> <ul style="list-style-type: none">● Acțiuni detaliate și segmentarea audienței: Vom elabora un plan de acțiuni pe 3 luni cu mesaje personalizate pentru trei segmente distincte:<ul style="list-style-type: none">○ <i>Elevi și tineri (17-25 ani):</i> Mesaje axate pe viața de student, oportunități, recunoaștere internațională a diplomelor și viața în Moldova.○ <i>Părinți:</i> Comunicare axată pe siguranță, costuri accesibile de trai și studii, calitatea actului educațional și acreditări.○ <i>Agenți educaționali:</i> Abordare B2B axată pe comisioane, ușurința procesului de admitere și parteneriate pe termen lung.● Targetare geografică: Campania va fi concentrată strategic pe statele prioritare: Maharashtra, Karnataka, Telangana și Gujarat. Vom aloca buget dinamic, cu posibilitatea de a lansa activări punctuale (A/B testing) în alte zone urbane cu potențial ridicat din India, în funcție de performanța inițială.● Funnel-ul de conversie asumat:
--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Awareness:</i> Reach masiv prin campanii Video (YouTube/Meta) pentru prezentarea destinației „Study in Moldova”. ○ <i>Interes & Considerare:</i> Trafic direcționat spre portal, articole SEO, testimoniale. ○ <i>Lead:</i> Colectare de contacte prin formulare (Lead Ads) și înscrieri la webinar. ○ <i>Follow-up & Admitere:</i> Nurturing prin WhatsApp și email, cu direcționare directă spre procedurile de admitere ale universităților.
1.2	Activarea portalului oficial și a conținutului instituțional	Conform specificației tehnice descifrate din Caietul de sarcini	<p>Ne asumăm transformarea portalului studyinmd.mec.gov.md în centrul gravitațional (hub-ul) întregii campanii de achiziție.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Poziționare ca Hub Central: Toate campaniile plătite și organice vor avea ca landing page principal portalul oficial. ● Optimizare SEO On-Page și Off-Page: * Vom efectua un research aprofundat al cuvintelor cheie folosite frecvent de studenții indieni (ex: <i>MBBS abroad, study medicine in Europe, low cost universities in Europe</i>).

			<ul style="list-style-type: none"> ○ Vom elabora și optimiza articole informative, structura conținutului, titlurile (H1, H2) și meta-descrrierile pentru a crește ranking-ul organic pe piața din India. ● Mentenanță și actualizare: Vom asigura un flux constant de actualizare a informațiilor (calendar editorial săptămânal) pe toată durata celor 3 luni de campanie, pentru a menține relevanța și scorul de calitate SEO.
1.3	Campanii digitale plătite și organice	Conform specificației tehnice descifrate din Caietul de sarcini	<p>SCP Parsec va gestiona integrat prezența digitală, mixând tactici de Performance Marketing cu Social Media Management.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Google Ads & YouTube Ads: Lansarea de campanii pe rețeaua de Search (pentru a capta intenția directă de căutare a studiilor în străinătate) și campanii video pe YouTube pentru vizibilitate. ● Meta Ads (Facebook & Instagram): Setarea de campanii hyper-targetate pe orașele și statele prioritare din India. Vom implementa strategii de Remarketing (retargetarea celor care au vizitat portalul) și vom adapta formatele grafice (carusele,

			<p>video) pentru fiecare segment de public.</p> <ul style="list-style-type: none">● Plan Editorial Digital: Dezvoltarea unui calendar de conținut pentru YouTube, Instagram, Facebook. Ne vom concentra pe formatele cu cel mai mare engagement actual: <i>Reels, Short-uri video explicative și materiale informative ușor de distribuit (shareable).</i>● WhatsApp ca instrument operațional: Implementarea unei strategii de comunicare prin WhatsApp pentru:<ul style="list-style-type: none">○ Follow-up rapid cu lead-urile generate.○ Crearea și moderarea de grupuri tematice / sesiuni Q&A.○ Gestionarea RSVP-urilor pentru webinare și suport direct pentru pașii de înscriere.● Canale complementare: Vom utiliza platforma LinkedIn exclusiv pentru targetarea agenților educaționali și B2B, iar X (Twitter) / Telegram doar în situații specifice de suport și PR educațional, pentru a nu dilua bugetul principal.
--	--	--	--

1.4	Crearea și adaptarea conținutului materialelor de promovare	Conform specificației tehnice descifrate din Caietul de sarcini	<p>Echipa noastră de creație va asigura producția completă a materialelor necesare.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Copywriting și SEO: Elaborarea de articole de blog / portal și ghiduri despre oferte, costuri, viața în Moldova, condiții de admitere și avantaje comparative vs. alte destinații din Europa de Est/Asia. ● Producție Video (UGC - User Generated Content): Crearea de clipuri scurte și Reels, utilizând materiale existente și filmări noi cu studenți indieni actuali în Moldova. Mesajul central va fi autenticitatea, subliniind siguranța, comunitatea și transparența procesului de admitere. ● Adaptarea formatelor: Vom formata materialele conform cerințelor tehnice ale platformelor: format landscape/lung pentru YouTube și portal, format vertical/scurt (9:16) pentru Meta (IG/FB), și infografice tip PDF/imagini pentru distribuția pe WhatsApp. ● Rețeaua de parteneri (B2B): * Ne asumăm identificarea și perfectarea colaborării cu minimum 3 agenții educaționale / consultanți validați din statele-țintă din India. <ul style="list-style-type: none"> ○ Vom elabora o bază de date (CRM) cuprinzătoare cu
-----	---	---	---

			<p>agenții, instituții și parteneri relevanți din piață.</p> <ul style="list-style-type: none">● Rețeaua de Ambasadori (B2C): Vom recruta și instrui minimum 5 studenți indieni care studiază în prezent în Moldova. Aceștia vor deveni ambasadori digitali ai campaniei, fiind implicați direct în webinare, sesiuni Q&A și producția de testimoniale video.● Influencer Marketing: Vom selecta creatori de conținut din nișa educațională / study abroad din India, care vor fi activați doar în urma unui proces de vetting riguros, pentru a asigura că mesajele livrate sunt credibile și perfect aliniate cu comunicarea oficială a Ministerului și a universităților.
--	--	--	--

Semnat: _____

Numele, Prenumele: Nicolaescu Victor

În calitate de: Administartor

Ofertantul: SCP Parsec SRL

Adresa: Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 59/B, mun. Chișinău, Republica Moldova