

UNIUNEA EUROPEANĂ

Proiect cofinanțat de Fondul Social European
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020



Instrumente Structurale
2014-2020

POCU/726/6/12/Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale
Proiect: Formarea profesională continuă a angajaților - COD SMIS 136235

Nr. înregistrare.: 936/26.10.2021

Invitație participare

Stimate Domn/ Stimata Doamna,

Asociația PAKIV România, beneficiar al proiectului „FORMAREA PROFESIONALĂ CONTINUĂ A ANGAJAȚILOR” COD SMIS 136235, proiect finanțat prin Programul Operațional Capital Uman, achiziționează **Servicii promovare online** pentru buna implementare a activitatea/**activitățile 1.1. Derularea campaniilor de informare online si offline** conform specificațiilor tehnice mai jos menționate.

NR. CTR.	DENUMIRE SERVICII	COD CPV	Specificații tehnice minimale
1	Servicii promovare online	79341400-0 – servicii de campanii publicitare	Servicii de realizare și implementare a 6 campanii de promovare online a serviciilor oferite în cadrul proiectului 136235, grupului țintă. Termenul de finalizare a campaniilor este de 05.03.2023 și va include creare de conținut (text, video, grafic) și acțiuni de promovare a serviciilor oferite în cadrul proiectului, prin realizarea, afișarea de materiale de promovare (ex. Facebook & Google Ads) și acțiuni de e-mail marketing, care să vizeze publicul țintă, în baza mediaplanului agreeat cu achizitorul, cu atingerea obiectivelor de promovare stabilite.



Global Commercium
alianzas estratégicas



UNIUNEA EUROPEANĂ

Proiect cofinanțat de Fondul Social European
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

POCU/726/6/12/Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale
Proiect: Formarea profesională continuă a angajaților - COD SMIS 136235



Instrumente Structurale
2014-2020

Descrierea activităților și specificațiile tehnice SCOPUL ACHIZITIEI

Scopul achiziției serviciilor de realizare și implementare a campaniilor de promovare online a serviciilor oferite în cadrul proiectului.

Caracteristicile grupului țintă vizat:

- Persoane angajate cu vârsta cuprinsă între 24 și 65 de ani, angajați din Regiunea Centru, cu accent pe următoarele categorii:

- persoane cu un nivel scăzut de calificare – (fără studii, studii primare sau gimnaziale)
- persoane din mediul rural,
- persoane cu vârsta peste 40 de ani
- Firme din Regiunea Centru, cu peste 30 de angajați care doresc să-și formeze personalul

Obiectivul: Atingerea valorii indicatorilor de mai jos din grupul țintă vizat ale paginii Facebook a proiectului, atingerea unui număr de 1200 de vizitatori ai platformei la data de 01.10.2022, acest indicator asigurând o eficiență sporită a campaniei, în sensul că materialele de promovare au fost apreciate de utilizatori relevanți/interesați din grupul țintă vizat.

Valorile indicatorilor vizați pe pagina de Facebook sunt:

- Aprecieri pentru Pagină: numărul de utilizatori noi din grupul țintă vizat care au apreciat Pagina = 655;
- Urmăritorii Paginii: numărul de utilizatori noi din grupul țintă vizat care au început să urmărească Pagina = 655;
- Vizualizări ale Paginii: numărul de situații în care profilul paginii a fost văzut de utilizatori din grupul țintă vizat = 655 (obținut pentru 180 zile anterior datei de 12.04.2021);
- Impactul total al postărilor: numărul de persoane din grupul țintă vizat cărora le-au apărut pe ecran postări de pe pagina = 65.555

Dupa încheierea contractului, prestatorul va primi oferi consiliere pentru reconfigurarea setărilor paginii de Facebook și pentru setarea accesului său pentru obținerea datelor actualizate privind acești indicatori.

CERINTE TEHNICE PRIVIND ELABORAREA OFERTEI TEHNICE

În cadrul ofertei tehnice, ofertantul va include următoarele:

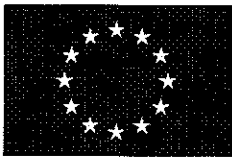
- modalitatea de a atinge grupul țintă vizat (definit mai sus), cu descrierea modului în care se vor derula campaniile on line;
- un mediaplan, în conformitate cu detalierea cerințelor tehnice de mai jos, cu data de începere comunicată de către Beneficiar.

Pentru promovarea pe rețele sociale, menționăm că în implementarea campaniei va fi utilizată pagina de Facebook existentă a proiectului.

Ofertantul va include, în cadrul ofertei tehnice, un mediaplan de difuzare detaliat pe campanie, care va fi actualizat, după semnarea contractului, cu acordul ambelor părți.



Global Commercium
alianzas estratégicas



UNIUNEA EUROPEANĂ

Proiect cofinanțat de Fondul Social European
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

POCU/726/6/12/Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale
Proiect: Formarea profesională continuă a angajaților - COD SMIS 136235



Instrumente Structurale
2014-2020

- a) realizare strategie și concept campanie,
- b) implementare campanii online - inclusiv pe Social Media,
- c) realizare grafică materiale promovare (ex. bannere).

DESCRIERE SERVICII SOLICITATE

1 Identificarea și descrierea publicului țintă corespunzător beneficiarilor serviciilor oferite de Rețea, aferent canalului de social media vizat, respectiv Facebook:

1.1 Pe baza descrierii oferite de Achizitor a serviciilor prestate în cadrul proiectului și a publicului țintă vizat, Prestatorul de servicii identifică principalele caracteristici ale publicului țintă, (de ex., dar fără a se limita la: vârsta, sex, răspandire geografică, preocupări social media etc.) activ pe Facebook și Google;

1.2 În funcție de caracteristicile identificate, Prestatorul estimează numărul de persoane pe care le poate ținti în campania de promovare;

1.3 Prestatorul întocmește și transmite către Achizitor, prin email, un Raport inițial, cu toate datele menționate mai sus, în termen de maxim 5 zile lucrătoare de la data semnării de ambele părți a contractului.

2 Realizarea unui media plan actualizat care să conțină calendarul postărilor pe campanie, cu precizarea tipului de conținut propus spre publicare și a țintei (în cazul postărilor plătite, mediaplanul poate fi actualizat lunar în funcție de evoluția indicatorilor monitorizați de Prestatorul de servicii și a potențialului de atingere a obiectivului stabilit).

Prestatorul va transmite mediaplanul actualizat către Achizitor, prin email, în termen de maxim 5 zile lucrătoare de la data semnării de ambele părți a contractului.

3 Creare de conținut relevant în concordanță cu tematica fiecărei campanii.

3.1 În baza descrierii oferite de Achizitor, Prestatorul va crea conținut pentru campaniile de promovare după cum urmează:

- a) minim 2 bannere diferite/campanie cu imagine grafică (cover);
- b) 3 variante propuse de banner static, din care Achizitorul va alege 1 variantă agreată finală, care va rula pe întreaga durată a campaniilor – termen de maxim 5 zile lucrătoare de la data semnării de ambele părți a contractului.
- c) minim 1 material video animat diferit/campanie de 30-45 sec., care va conține imagine în mișcare și sunet (fără voce).
- d) minim 2 variante de șablon de mail (HTML) pentru campaniile de e-mail marketing

3.2 Prestatorul va crea conținutul aferent fiecărei campanii, care va fi trimis spre aprobare reprezentantului Achizitorului:

3.3 Responsabilitatea în ceea ce privește drepturile de autor pentru crearea materialelor video, imagini și sunet intră în sarcina Prestatorului de servicii, dacă este cazul.

3.4 Toate materialele propuse vor urmări tematica campaniei



Global Commercium
alianzas estratégicas



UNIUNEA EUROPEANĂ

Proiect cofinanțat de Fondul Social European
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020



Instrumente Structurale
2014-2020

POCU/726/6/12/Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale
Proiect: Formarea profesională continuă a angajaților - COD SMIS 136235

3.5 Toate materiale vor respecta Manualul de Identitate Vizuala a Instrumentelor Structurale, disponibil la adresa: <https://mfe.gov.ro/identitate-vizuala/>

4 Implementarea campaniilor

4.1 Afisarea versiunilor agreeate de Achizitor pe Pagina Facebook, conform mediaplanului actualizat aprobat de Achizitor, dupa transmiterea unei notificari de către reprezentanții achizitorului cu privire la inceputul fiecărei campanii (prin email).

4.2 Derularea unei campanii de Google Ads

4.3 Derularea unei campanii de e-mail marketing

4.4 Pe parcursul derularii campaniilor, Prestatorul monitorizeaza rezultatele obtinute care vor fi evidentiata in câte un rapoart/campanie si un raport final consolidat, care vor contine informatii cu privire la numarul de materiale video si bannere produse si afisate pe retea sociala in campania respectiva, print screen-uri ale postarilor, precum si cifrele de audienta inregistrate (numar de afisari/click-uri /luna).

In vederea optimizarii activitatii de monitorizare a impactului campaniei de promovare online, Achizitorul va facilita accesul Prestatorului la statisticile privind traficul de vizitatori inregistrat pe pagina de Facebook.

Daca pe parcursul campaniei în curs, Prestatorul considera ca in vederea atingerii unor rezultate mai bune, sunt necesare modificari privind conținutului postarilor/ bannerelor/ materialelor video pe retele sociale, va transmite Achizitorului propunerile sale de modificare. Reprezentantii Achizitorului analizeaza propunerile primite si transmite Prestatorului acordul cu privire la modificarile transmise. Propunerile de modificare și implementarea lor nu vor genera costuri suplimentare pentru Achizitor.

Responsabilitatea atingerii obiectivelor este in sarcina Prestatorului.

5 Monitorizarea campaniei

Prestatorul va consilia Achizitorul pentru setarile necesare pentru a putea monitoriza permanent urmatorii indicatori de performanta:

- Aprecieri pentru Pagina: numărul de utilizatori noi din grupul tinta vizat care au apreciat Pagina;
- Urmăritorii Paginii: numărul de utilizatori noi din grupul tinta vizat care au început să urmărească Pagina;
- Vizualizări ale Paginii: numărul de situații în care profilul Paginii a fost văzut de utilizatori din grupul tinta vizat;
- Impactul total al postărilor: numărul de persoane din grupul tinta vizat cărora le-au apărut pe ecran postări de pe Pagina.

Monitorizarea rezultatelor campaniei este realizata permanent de Prestator pe parcursul derularii campaniilor de promovare online.



Global Commercium
alianzas estratégicas



UNIUNEA EUROPEANĂ

Proiect cofinanțat de Fondul Social European
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020



Instrumente Structurale
2014-2020

POCU/726/6/12/Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale
Proiect: Formarea profesională continuă a angajaților - COD SMIS 136235

Prestatorul va elabora și transmite Achizitorului 6 (șase) Rapoarte, câte unul pe fiecare campanie și 1 (un) Raport final.

6 Raportare

6.1 Prestatorul transmite către Achizitor, prin email, pentru avizare, în termen de 5 zile lucratoare de la data semnării de ambele părți a contractului, un Raport inițial, în care va include descrierea modalității de a atinge grupul țintă vizat și a modului în care se va derula campania, mediaplanul actualizat propus și 3 variante propuse de banner static (din care Achizitorul va alege 1 variantă agreată finală, care va rula pe întreaga durată a campaniei);

6.2 Pe parcursul derularii campaniilor, Prestatorul monitorizează rezultatele obținute care vor fi evidențiate în 6 (șase) rapoarte (câte un raport pentru fiecare campanie) și 1 (un) Raport final consolidat, care vor conține informații cu privire la numărul de materiale video și bannere produse și afișate pe rețeaua socială, print screen-uri ale postărilor, precum și cifrele de audiență înregistrate.

6.3 Rapoartele vor fi redactate în limba română și vor fi transmise Achizitorului în cel mult 5 zile lucratoare de la finalizarea fiecărei perioade de raportare specificate mai sus, prin email (către reprezentanții Achizitorului),

6.4 Rapoartele de activitate vor conține minim următoarele informații: campania desfășurată, perioada de desfășurare a campaniei (date de început și sfârșit), modul de îndeplinire (numărul de postări produse și afișate, data publicării), rezultatele obținute (cei 4 indicatori), după caz, mediaplan actualizat și dovada îndeplinirii activităților raportate anexate (ex. Print screen postări).

6.5 Raportul final consolidat va conține minim următoarele informații: campaniile desfășurate, perioada de desfășurare a fiecărei campanii (date de început și sfârșit), mediaplan implementat, modul de îndeplinire (numărul de postări produse și afișate, data publicării), rezultatele obținute pe întreaga durată de derulare a campaniei (cei 4 indicatori) și dovada îndeplinirii activităților raportate anexate (ex. Print screen postări).

6.6 Dacă pe parcursul derularii contractului, Prestatorul consideră că, în vederea atingerii obiectivelor campaniei este necesar să modifice mediaplanul avizat de Achizitor inițial, Prestatorul va transmite spre avizare mediaplanul actualizat, care se va constitui în anexa la contract. Reprezentanții Achizitorului analizează propunerile primite și transmite Prestatorului acordul cu privire la modificările transmise. Propunerile de modificare și implementarea lor nu vor genera costuri suplimentare pentru Achizitor.

Notă: Toate Rapoartele și documentele suport vor fi transmise către Achizitor în format electronic.

OFERTA TEHNICĂ va conține următoarele:

a. Descrierea detaliată a tuturor cerințelor tehnice solicitate prin caietul de sarcini (vezi cap. 3 CERINTE TEHNICE PRIVIND ELABORAREA OFERTEI TEHNICE), inclusiv abordarea metodologică, canalul de promovare online ce va fi utilizat (Facebook), numărul de afișări/click-uri estimate, precum și numărul estimat de utilizatori noi din grupul țintă vizat ca urmare a implementării campaniei.



Global Commercium
alianzas estratégicas



UNIUNEA EUROPEANĂ

Proiect cofinanțat de Fondul Social European
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

POCU/726/6/12/Creșterea participării la programele de formare profesională continuă, cu accent pe acei adulți, cu un nivel scăzut de calificare și persoanele cu vârsta de peste 40 ani, din zone rurale defavorizate, inclusiv prin recunoașterea și certificarea rezultatelor învățării dobândite în contexte non-formale și informale
Proiect: Formarea profesională continuă a angajaților - COD SMIS 136235



Instrumente Structurale
2014-2020

Metodologia propusă trebuie să conțină minim următoarele informații: descrierea de ansamblu a abordării propuse de ofertant pentru executarea serviciilor, descrierea detaliată a modului de implementare a activităților prezentate în caietul de sarcini și a propunerii ofertantului pentru executarea serviciilor solicitate, cu indicarea oricăror etape / stadii considerate ca esențiale, a rezultatelor așteptate, a impactului așteptat.

b. Graficul de implementare va include un calendar cât mai detaliat al activităților ce vor fi derulate în cadrul contractului, conform metodologiei de prestare a serviciilor, cu indicarea etapelor/stadiilor esențiale ale contractului.

De asemenea, graficul trebuie să conțină modul în care activitățile se reflectă în rapoarte, legăturile și relațiile dintre activități și secvențialitatea acestora, precum și resursele umane alocate pe activități. Graficul va trebui să evidențieze în mod clar datele/perioadele la care vor fi publicate/afisate materialele de promovare create, respectiv mediaplanul pentru campanie. Calendarul propus trebuie să se încadreze în termenele indicate în caietul de sarcini.

Va rugam sa ne transmiteti o oferta (deviz), în conformitate cu formularele obligatorii pe care le găsiți pe site-ul Asociației PAKIV România – www.pakiv.ro cel tarziu în data de 01.11.2021, ora 12:00, la adresa achizitorului din Alba Iulia, Str. Emil Racoviță, nr. 76, județ Alba, telefon 0258811170 sau pe e-mail, la adresa pakiv_romania@yahoo.com pentru reperele detaliate mai sus.

Fiecare ofertant are obligația de a depune, împreună cu oferta tehnico-financiară, următoarele documente obligatorii:

- declarație privind neincadrarea în prevederile referitoare la conflictul de interese din Legea nr. 98/2016;
- Certificatul constatator emis de Oficiul National al Registrului Comertului, nu mai vechi de 30 de zile;
- Perioada de valabilitate a ofertei este de 90 zile.

Cu deosebita consideratie,

Gruia Ioan Bumbu

Data: 26.10.2021

Semnatura



Global Commercium
alianzas estratégicas