

ТЕХНИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Коммерческое предложение должно включать: - описание методологии и подходов; - релевантные кейсы (не менее 2); - коммерческие условия; - срок действия КП — не менее 90 календарных дней.

2.1. Лот 1 — Оффлайн-медиа и традиционные коммуникации

Предмет закупки: оказание услуг по медиа-планированию, закупке и управлению оффлайн-рекламой и традиционными коммуникациями.

Цели: обеспечение охватного продвижения бренда и продуктов Банка, повышение узнаваемости и поддержка продаж через оффлайн-каналы.

Перечень услуг:

- разработка стратегических и тактических медиапланов для ТВ, радио, наружной и транзитной рекламы;
- расчёт охватов, частоты, GRP, CPP и других медиапоказателей;
- закупка рекламных размещений, медиабаинг, переговоры с площадками;
- управление оффлайн-кампаниями, контроль сроков и корректности размещений;
- мониторинг фактических выходов рекламы;
- подготовка post-buy отчётов и аналитики;
- производство полиграфической и POSM-продукции;
- организация традиционных PR-кампаний и взаимодействие со СМИ;
- аудит действующих оффлайн-каналов и рекомендации по оптимизации;
- разработка и реализация интегрированных оффлайн- и кросс-медиакампаний;
- предоставление регулярной отчётности.

Требования к КП:

1. Описание подхода к оффлайн-медиа и медиабаингу;
2. Примеры реализованных кампаний (портфолио клиентов);
3. Подход к контролю качества и аналитике;
4. Коммерческие условия и модель оплаты.

2.2. Лот 2 — Digital-маркетинг и performance-продвижение

Предмет закупки: оказание услуг по управлению и оптимизации цифровых рекламных кампаний Банка.

Цели: привлечение новых клиентов, рост digital-продаж, повышение эффективности маркетинговых инвестиций.

Перечень услуг:

- настройка и управление PPC-кампаниями (Google Ads, Yandex Direct);
- запуск и оптимизация таргетированной рекламы в социальных сетях;
- ведение и развитие мессенджер-маркетинга (Telegram, WhatsApp);
- SEO- и ASO-оптимизация цифровых каналов;
- разработка и реализация digital-медиапланов;
- анализ эффективности кампаний (ROI, CAC, LTV);
- проведение A/B тестирования рекламных материалов и стратегий;
- разработка баннеров, креативов и digital-материалов;
- производство видео-материалов для digital-кампаний;
- настройка сквозной аналитики и регулярная отчетность.

Требования к КП:

1. Описание подхода к performance-маркетингу;
2. Примеры реализованных кампаний (портфолио клиентов);
3. Подход к аналитике и оптимизации;
4. Коммерческие условия и модель оплаты.

2.3. Лот 3 — Креатив и бренд-продвижение

Предмет закупки: разработка креативных концепций, визуальных и видео-материалов и стратегии продвижения бренда.

Цели: формирование узнаваемого, современного и целостного образа бренда Банка.

Перечень услуг:

- разработка креативных и коммуникационных концепций;
- создание визуальной айдентики и key visuals;
- разработка сценариев рекламных и имиджевых кампаний;
- производство видео- и фотоконтента;
- сотрудничество с инфлюенсерами и лидерами мнений;
- подготовка брендированных материалов;
- участие в разработке бренд-стратегии и позиционирования;
- аналитика восприятия бренда и эффективности креатива.

Требования к КП:

1. Описание креативного подхода;
2. Портфолио бренд-кампаний;
3. Видео-кейсы;
4. Коммерческие условия.

2.4. Лот 4 — Event-маркетинг и BTL-активации

Предмет закупки: организация мероприятий и BTL-активаций, направленных на вовлечение аудитории и продвижение бренда Банка.

Цели: повышение вовлечённости аудитории, формирование эмоциональной связи с брендом.

Перечень услуг:

- разработка концепций и сценариев мероприятий;
- организация BTL-активаций, промо-акций и розыгрышей;
- проведение корпоративных мероприятий, пресс-конференций и презентаций;
- организация массовых, имиджевых и фестивальных мероприятий;
- сотрудничество с инфлюенсерами в рамках мероприятий;
- производство видеоконтента для мероприятий и акций;
- разработка интерактивных зон и активностей;
- подготовка и производство брендированных материалов;
- пост-ивент отчётность и оценка эффективности.

Требования к КП:

1. Подход к event- и BTL-маркетингу;
2. Кейсы реализованных мероприятий;
3. Описание команды и подрядчиков;
4. Коммерческие условия.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

№	Критерий	Описание	Вес
1	Соответствие ТЗ	Полнота и корректность предложения	40%
2	Опыт и кейсы	Релевантность и результаты проектов	30%
3	Стоимость	Экономическая обоснованность	30%
Итого			100%

Коммерческие предложения оцениваются на основании совокупного балла по всем критериям.