|  |  |
| --- | --- |
|  | **Техническо задание за участие в конкурс** |
|

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование на услугата, предмет на техническото задание | МЕДИЯ ПЛАНИРАНЕ И МЕДИЯ КУПУВАНЕ |
| Функционално звено: | Маркетинг, Дирекция „Търговия на дребно“ |

**СЪДЪРЖАНИЕ**

[1. ПРЕДМЕТ НА ТЕХНИЧЕСКОТО ЗАДАНИЕ 2](#_Toc525194600)

[2. ОБЕМ НА УСЛУГАТА 2](#_Toc525194603)

[3 ПРАВА И ОТГОВОРНОСТИ ЗА ИЗВЪРШВАНЕ НА УСЛУГАТА 4](#_Toc525194606)

[4. СРОК НА ПРЕДСТАВЯНЕ НА УСЛУГАТА 4](#_Toc525194608)

[5. ПАРАМЕТРИ НА КАЧЕСТВО НА УСЛУГАТА И ОТЧЕТ 4](#_Toc525194609)

[6. ПРИЕМ НА ИЗВЪРШЕНИТЕ УСЛУГИ/ОТЧИТАНЕ 4](#_Toc525194610)

[7. КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА 5](#_Toc525194613)

[8. ЦЕНОВА ОФЕРТА/ЦЕНА НА ПРЕДЛОЖЕНИЯТА 5](#_Toc525194614)

[9. СРОКОВЕ ЗА ПОДАВАНЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЯТА И ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ДОКУМЕНТАЦИЯТА 5](#_Toc525194615)

[10. СЪГЛАСУВАНОСТ НА ТЕХНИЧЕСКАТА ЗАДАЧА 5](#_Toc525194616)

[11. ДОПЪЛНИТЕЛНИ БЕЛЕЖКИ 5](#_Toc525194617)

[12 ОТГОВОРНИ ЛИЦА 5](#_Toc525194619)

1. **ПРЕДМЕТ НА ТЕХНИЧЕСКОТО ЗАДАНИЕ**

# Предметът на техническата задача е закупуването на медийни услуги за планиране и купуване в период от 2+1 години.

# За участие в конкурса, участниците да предоставят определена техническа документация.

# Договарянето на услугата, която е дефинирана в техническото задание ще се извършва съгласно точно определен обхват, единични цени и единична мярка за плащане според реално получени количества.

# С победителят от конкурса НИС Петрол ще сключи договор за обслужваща агенция за медия планиране и купуване.

# 3. ОБЕМ НА УСЛУГАТА

Медийната агенция представя ценова оферта въз основа на полученото запитване и приложения формуляр за оферта.

*Забележка: за да се осигури съпоставимост на цените / отстъпките, които агенциите могат да предоставят, както и на комисионните на агенциите, участниците в търга трябва да подават оферти съгласно предварително планирана форма с изключение на полетата, в които кандидатът трябва да внесе необходимите цени и отстъпки, което е допълнение към тази техническа задача.*

**Медийни канали:**

Конкурсът се осъществява за медия планиране и купуване в следния медиен канал –радио реклама.

1. **Радио**

Предложение за медия купуване за излъчване на 15 и 30“ аудио клип в пет основни радио станции с национален и локален обхват:

За местни радиостанции, които нямат забележка „уикенд“ или „работен ден“ във формуляра за оферта, вземете предвид изчислението за периода (времеви интервал) 7-19h.

За локални излъчвания, имайте предвид всички градове около наши бензиностанции.

Вземете предвид добавената стойност на отделните станции - в допълнение към условията, и безплатни форми на публичност (PR включване, безплатно излъчване на видеоклипа).

В ценовата листа задължително условие е да се посочи възможност за изработка на радио клип, при включени всички разходи в т.ч. авторски права за 3 месеца, цена за 2/3 гласа, цена за музика.

1. **Външна реклама:**
   1. Позиции – билборди, мегаборди, ситилайтс.

Непосредствена близост до наши обекти. В посока към наши обекти. локации с висок трафик, покриващи целевата аудитория; съоръжения в отлично техническо състояние (да не са ръждясали, с изкривени конструкции и т.н); външни рекламни съоръжения - билборди и мегаборди (8x6m; 8х4 m; 8x3m; 4x3m и др), пътни арки и др.; Да са осветени и да не се предлагат рекламни съоръжения с намалена видимост (частично и цялостно закривани от други обекти, включително от растителност).Предпочитани рекламни локации:

* Основни междуградски пътни артерии - в райони с опериращи Газпром бензиностанции и такива, осъществяващи връзка между градове с обекти; Основни градски пътни артерии - кръстовища с висок трафик; Места с концентрация на премиум клиенти - бизнес паркове, молове и т.н..
* Места с концентрация на потенциална аудитория от домакинства - например: вериги за бързооборотни стоки в големите градове.
* Съоръжения, целящи информираност на аудиторията в непосредствена близост до търговските обекти:Видими рекламни съоръжения в непосредствена близост (до 1,5 км) от всеки обект, следва да са ориентирани само в посока към търговските обекти. Водещият % от съоръженията (75% +) трябва да са ориентирани в посока вход към обекта
* Основна отправна точка при избор са позициите на бензиностанции Газпром.
  1. Позиции – градски транспорт, включително предложения за брандинг на превозни средства
* Метро – реклама: Предложения за позиции в метро гр.София
* Позиции – спирки, ситилайтс в гр. София, Пловдив, Бургас
* Позиция: брандинг на превозно средство : София , Пловдив, Бургас ( предложение за цена/месец за частично и цялостно брандиране на превозно средство.
* Основна отправна точка при избор са позициите на бензиностанции Газпром

* 1. Позиции – предложения по женалие на кандидата: иновативни и ефективни форми/средства за OOH комуникация, в това число локации и формати, кореспондиращи с бранда:
* за балансирана и постоянна комуникация с настоящи и потенциални клиенти / разширяване и оптимизиране на процеса
* популяризиране / насочване към локациите на търговските обекти посредством активна комуникация и действия;
* стимулиране и подпомагане на продажбите.

В ценова листа трябва изрично да е посочена цена за производство на рекламни носители.

1. **ПРАВА И ОТГОВОРНОСТИ ЗА ИЗВЪРШВАНЕ НА УСЛУГАТА**

Агенцията следва на отговаря за целия процес на медийно планиране, купуване, мониторинг и отчитане:

* Медия планиране – изработване на медиен план
* Мониторинг на изпълнение на кампания
* Отчитане на дейности на конкуренцията
* Преглед на медийния пазар ( обща картина и анализ)

Агенцията следва да предостави:

* Централизиран модел на сътрудничество (акаунт/ представител за работа с клиента)
* Екип/лице, назначено от клиента по време на изпълнение на договорите

Основната цел на медийната агенция е да намери и предложи точния баланс между различни комуникационни канали и медиен микс в съответствие с целите на отделните кампании.

# СРОК НА ПРЕДСТАВЯНЕ НА УСЛУГАТА

Имайки предвид, че доставката на въпросната услуга се извършва последователно в съответствие с изискванията на клиента, избраният кандидат е длъжен да представи процес на работа с агенцията, който да включва срокове и изисквания за изпълнение на услугата:

* Бриф / темплейт за работа с агенцията
* Таймлайн за предоставяне на услуга по конкретна задача - изготвяне на медия план, отчитане на кампания, конкурентен анализ, анализ на медиен пазар.

Срок за предоставяне на таймлайн на изпълнение на задача по бриф - не по-късно от 2 работни дни от датата на получаване на заявката.

Срокът за предоставяне на медия план по конкретна задача трябва да е не по-дълъг от 5 работни дни от дата на получаване на бриф/ заявка.

Всички услуги трябва да се извършват в рамките на продължителността на договора (Договор ще бъде сключен за срок от 2+1 година в периода: 2024 – 2027г.

# ПАРАМЕТРИ НА КАЧЕСТВО НА УСЛУГАТА И ОТЧЕТ

# По искане на клиента, агенцията предоставя услугите, които са предмет на тази поръчка качествено, изцяло и в установените срокове.

# Контролът на качеството на извършените услуги се извършва от клиента, от упълномощени лица във фирмата.

# Агенцията е длъжна да предупреди клиента за наблюдавани или установени дефекти на материалите, които са предоставени от техническата документация или които са закупени / избрани от клиента за нуждите на реализация на услугата.

1. **ПРИЕМ НА ИЗВЪРШЕНИТЕ УСЛУГИ / ОТЧИТАНЕ**

След реализирането на договорената необходима работа, избраният кандидат е длъжен да представи отчет за реализираната кампания в рамките на 5 до 10 работни дни от края на договореното задължение, както следва:

- свободна форма (PPT презентация);

- Анализ при закупуване след всяка кампания;

Отчитане на дейностите по конкуренция (Конкурентен доклад), както и преглед на общата картина на пазара (Преглед на медийния пазар) на тримесечна и годишна база се извършва в свободна форма – ppt.

# КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Всеки кандидат се оценява съгласно два вида критерии: Квалификационните критерии допускат кандидата до разглеждане на предложението, качествените критерии оценяват офертата на кандидата.

* 1. Квалификационни критерии: Критериите, на които кандидатът трябва да отговаря, за да бъде допусната за разглеждане неговата оферта. Квалификационните критерии са подробно описани в Приложение: Квалификационни критерии.

Качествени критерии: След като кандидатът е получил положителна оценка спрямо квалификационните критерии, неговото предложение, с което участва се разглежда и оценява съгласно качествени критерии. Всички представени предложения се разглеждат и оценяват на база експертна оценка. Качествените критерии в конкурса са следните:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерии** | **Тежест в оценката** | **Описание на критерия** |
| Агентска комисионна | 30% | Стойност на агентската комисионна в процент |
| Цена | 20% | Стойност на предоставени агентски отстъпки при работа с медия предложения. |
| Оценка на медия планиране – изпълнение на задачата | 40% | Стойност на предоставени брой радио спотове, медия планиране (разпределение на бюджета по канали и медии, цена за производство на медия носители, оценка на конкретно планирано участие в съответните канали) |
| Производство | 10% | Цена за производство на зададените материали (радио спот, външна реклама.) |
| **ОБЩА ОЦЕНКА** | **100%** |  |

1. **ЦЕНОВА ОФЕРТА**

Всяко предложение е придружено с ценова листа. Ценовата листа включва няколко параметъра:

1. Агентска комисионна: основно ценово възнаграждение на агенцията за извършване на услугата, изразено в процент от нетния медия бюджет.
2. Агентски отстъпки – предоставени отстъпки при планиране в конкретни медия нанали.
3. Медия – ценова листа – настоящи цени на медии при планиране и купуване на позиции без начислени отстъпки и комисионни.
4. Цена за производство – предоставена цена за производство на медия носители: радио спот, билборд .

Изисквания:

* Всички цени следва да са зададени в лева, без ДДС.
* Цените в медии - ценова листа следва да са зададени за 1 излъчване ( радио).

Ценова листа с единични цени.

* Ценовата листа подадена във формат, който отговаря на конкурсната документация цели да осигури съпоставимост на предложенията на кандидатите при равни други условия.
* Ценовата листа е зададена за конкретни радио станции, които всеки кандидат следва да остойности при условия за задаване на цена на излъчване.
* Ценовата листа следва да се попълни цялостно.
* По свое решение, всеки кандидат има право да предложи допълнителни варианти и решения, съгласно своето виждане или възможности. Но в рамките на тези два основни канала за комуникация – радио и интернет реклама.

1. **СРОКОВЕ ЗА ПОДАВАНЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ДОКУМЕНТАЦИЯТА**

Срок за подаване на предложения – 10 януари 2025

Предложението трябва да бъде подадено към НИС Петрол ЕООД на електронен носител по електронна поща на следните адреси:

Iliyan.takev@nis.rs

Лимит на един мейл: 10 МБ

Лице за контакт по технически въпроси:

Виолета Симонска, тел. 0882 444 906

имейл: violeta.simonska@nis.rs

Участникът е длъжен да представи Декларация, подписана и заверена от упълномощено лице, за спазване на всички условия и изисквания, определени в предмета на техническо задание.

1. **ДОПЪЛНИТЕЛНИ БЕЛЕЖКИ**

# НИС Петрол ЕООД си запазва правото да поиска потвърждение на излъчвания, съобщения и др. по всяко време, директно от конкретна медия/ разпространител/ доставчик, който предоставя рекламни услуги по време на договора с изпълнителя.