

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на оказание услуг по позиционированию и продвижению продукции

1. Общие положения

1.1. Предмет: оказание услуг по позиционированию и продвижению продукции, а именно проведению таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте» о продукции Получателя поддержки (женская, мужская одежда из натуральных тканей, постельное белье) (далее – услуги).

1.2. Цель: информирование целевой аудитории об продукции Получателя поддержки с помощью таргетированной рекламы.

1.3. Заказчик: Кировский областной фонд поддержки малого и среднего предпринимательства (микrokредитная компания).

1.4. Получатель поддержки: субъект малого и среднего предпринимательства, участник кластера легкой промышленности Кировской области, которому Заказчиком оказывается содействие в популяризации продукции.

1.5. География проведения таргетированной рекламы в регионах: г. Москва, г. Санкт-Петербург, крупные южные города, крупные северные города и направление Урал-Алтай.

1.6. Стоимость услуг включает оплату услуг Исполнителя, предусмотренных настоящим техническим заданием, в том числе настройку рекламной кампании и рекламный бюджет.

1.7. Страница Получателя поддержки в социальной сети «ВКонтакте»: <https://vk.com/kolesoecowear>.

2. Содержание и объем услуг по проведению таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте»

2.1. Создание рекламно-информационных материалов об услугах Получателя поддержки для проведения таргетированной рекламы (рекламных постов/объявлений) в количестве не менее 30 штук и согласование с Получателем поддержки. По требованию Получателя поддержки Исполнитель вносит правки в проекты рекламно-информационных материалов. Тексты объявлений, дизайн рекламно-информационных материалов должны быть предварительно согласованы с Получателем поддержки.

Информацию и исходные материалы для создания рекламно-информационных материалов предоставляет Получатель поддержки.

2.2. Определение Исполнителем целевой аудитории для настройки таргетированной рекламы в социальной сети.

Исполнитель проводит анкетирование представителя Получателя поддержки с целью сбора информации о продукции, конкурентных преимуществах, выстраивания портрета потенциальных покупателей (целевой аудитории).

Перед размещением таргетированной рекламы в социальной сети целевая аудитория согласовывается с Получателем поддержки.

2.3. Размещение, настройка и сопровождение таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте» Исполнителем на платформе VK Реклама.

2.3.1. Выставление параметров показов. Тестирование.

2.3.2. Настройка объявлений на целевую аудиторию, географии показов.

2.3.3. Размещение рекламно-информационных материалов в социальной сети.

2.3.4. Прохождение модерации.

2.3.5. Назначение и контроль ставки, анализ эффективности.

2.3.6. Мониторинг бюджета рекламы.

2.3.7. Установление лимитов рекламной кампании (при необходимости).

2.3.8. Тестирование при проведении рекламной кампании не менее 3 форматов рекламных постов/объявлений (универсальная запись, запись с кнопкой, карусель). По результатам тестирования формат рекламных постов/объявлений согласовывается с Получателем поддержки.

2.4. Исполнитель обеспечивает максимально эффективное использование выделенного бюджета за счёт использования всех возможных настроек.

2.5. Исполнитель взаимодействует с технической поддержкой социальных сетей при ошибках системы (в т.ч. массовых), по вопросам обслуживания, работы различных рекламных инструментов.

2.6. Исполнитель еженедельно предоставляет Получателю поддержки отчет, включающий сведения об: охвате, количестве показов, количестве переходов, цене за показ/переход, периоде действия рекламы, израсходованном бюджете и остатках, данных об аудитории, а также по запросу Получателя поддержки предоставляет доступ в рекламный кабинет социальной сети для просмотра статистики рекламной кампании.

2.7. Исполнитель разрабатывает рекомендации по дальнейшему повышению эффективности кампании (подключение дополнительных инструментов, корректировка рекламной стратегии).

2.8. Исполнитель по инициативе Получателя поддержки или по собственной инициативе вправе внести изменения в рекламную кампанию по согласованию с Получателем поддержки, в том числе: назначить корректировку ставок по различным параметрам (тип устройства, время показа, товарные группы и пр.), вносить изменения в целевую аудиторию (при необходимости).

2.9. Исполнитель сопровождает рекламную кампанию до достижения конечных результатов.

2.10. Результаты таргетированной рекламы:

2.10.1. Количество показов рекламных постов/объявлений в социальной сети «ВКонтакте»: не менее 300 000 показов.

2.10.2. Количество переходов на страницу Получателя поддержки в социальной сети «ВКонтакте» или на сайт Получателя поддержки (по согласованию с Получателем поддержки): не менее 2 500 переходов.

2.11. Рекламная кампания может быть приостановлена Исполнителем по согласованию с Получателем поддержки в целях достижения равномерного расходования рекламного бюджета.

4. Требования к оказанию услуг

4.1. Услуги оказываются в соответствии с условиями настоящего технического задания, а также в соответствии с действующими нормами, стандартами и правилами оказания данного вида услуг.

4.2. Оказание услуг осуществляется в соответствии с требованиями: Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Федерального закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе»; Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

5. Порядок сдачи-приемки услуг

5.1. Сдача оказанных услуг оформляется актом сдачи-приемки оказанных услуг.

5.2. По окончании оказания услуг по проведению таргетированной рекламы Исполнитель предоставляет Заказчику и Получателю поддержки:

- итоговый отчет с выгрузкой статистически данных из рекламного кабинета;
- макеты рекламно-информационных материалов (рекламных постов/объявлений), размещенных в социальной сети и скриншоты аккаунта в социальной сети на момент заключения договора и на момент окончания оказания услуг.