

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
**Председатель ведомственной отборной**  
**комиссии**  
**по проведению АО «Асакабанк»**  
**закупок товаров (работ, услуг)**

\_\_\_\_\_ А.Мирзияев

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 года

**«СОГЛАСОВАНО»**  
**Заместитель**  
**Председателя Правления**  
**АО «Асакабанк»**

  
\_\_\_\_\_ Б.Абдуллаев

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 года

**ДОКУМЕНТАЦИЯ ПО ОТБОРУ**  
**ПОСТАВЩИКА УСЛУГ DIGITAL MARKETING**

## СОДЕРЖАНИЕ

- I. Инструкция для участника отбора.
- II. Техническая часть отбора.
- III. Ценовая часть.
- IV. Проформа договора
- V. Информация по отбору

## I. ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКА ОТБОРА

<b>1</b>	<b>Общие положения</b>	1.1	Настоящая документация по отбору разработана в соответствии с требованиями Закона Республики Узбекистан «О государственных закупках» (далее – «Закон») за №-684 от 22.04.2021 г.
		1.2	Предмет отбора: Отбор поставщика услуг DIGITAL MARKETING
		1.3	Предельная стоимость отбора и валюта указаны в ценовой части электронного отбора.
		1.4	Техническое задание на поставляемые услуги и работы представлены в технической части документации по отбору.
		1.5	В отборе могут принять участие отечественные организации, в том числе субъекты малого бизнеса, выполнившие условия, предъявляемые настоящим документом.
		1.6	Форма заседания закупочной комиссии – заочная онлайн.
<b>2</b>	<b>Организаторы отбора</b>	2.1	Заказчиком отбора является АО «Асакабанк» (далее - «Заказчик»); Юридический адрес Заказчика: Республика Узбекистан, город Ташкент, Мирабадский район, улица Нукусская дом 67, Индекс 100015 Реквизиты «Заказчика»: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Код банка: 00873</li> <li>• ИНН: 201589828</li> <li>• P/C: 298 02 000 900 000 873 003</li> </ul>
		2.2	Контактное лицо Заказчика: - секретаря комиссии Л.Анваров телефон 78 147-65-65, доп. 19-84 - Digital менеджер Н.Рахманова 11-46 - Бренд менеджер Нигматова У. 18-05 телефон 78 147-65-65, email: office@asakabank.uz.
		2.3	Рабочим органом Закупочной комиссии является Департамент управления делами АО «Асакабанк» (далее - «Рабочий орган»)
		2.4	Договор держатель: АО «Асакабанк»
		2.5	Документация по отбору оценивается Закупочной комиссией Заказчика, сформированной в соответствии с законом в составе 5 (Пяти) человек.
<b>3</b>	<b>Участники отбора</b>	3.1	В отборе могут принять участие резиденты Республики Узбекистан, за исключением лиц приведенных в пункте 4.2 настоящей документации по отбору.

4	<b>Порядок проведения отбора</b>	4.1	Для участия в отборе участник отбора должен: а) направить предложение по отбору в соответствии с требованиями и сроками законодательства и документации по отбору.
		4.2	К участию в отборе не допускаются участники:
			- находящиеся в стадии реорганизации, ликвидации или банкротства;
			- находящиеся в состоянии судебного или арбитражного разбирательства с Заказчиком;
			- находящиеся в Едином реестре недобросовестных исполнителей;
			- имеющие задолженности по уплате налогов и других обязательных платежей;
			- зарегистрированные и имеющие банковские счета в государствах или на территориях, предоставляющих льготный налоговый режим и/или не предусматривающих раскрытие и предоставление информации при проведении финансовых операций (оффшорные зоны).
		4.3	Заказчик имеет право отстранить участника от участия в закупочных процедурах, если:
			- участник прямо или косвенно предлагает, дает или соглашается дать любому нынешнему либо бывшему должностному лицу или работнику заказчика, или другого государственного органа вознаграждение в любой форме, предложение о найме на работу, либо любую другую ценную вещь или услугу с целью повлиять на совершение какого-либо действия, принятие решения или применение какой-либо процедуры заказчика в процессе государственных закупок;
			- у участника имеется несправедливое конкурентное преимущество или конфликт интересов в нарушение законодательства РУз.
5	<b>Язык отбора, единица измерений</b>	5.1	Предложение по отбору и вся связанная с ним корреспонденция (документация) которая осуществляется между участником и заказчиком должны быть на узбекском или русском языках. Предложение по отбору может быть на другом языке при условии, что к нему будет приложен точный перевод на русский язык. В случае наличия разночтений в тексте предложения по отбору, когда используется более чем один язык, русский язык считается преобладающим. Допускается предоставление технической документации на английском языке.
			В предложении по отбору должна быть использована общепринятая система измерений.

6	<b>Предложение по отбору и порядок его оформления</b>	6.1	Участники отбора, объявленного на портале, предоставляют предложения в установленном порядке электронной версии отбора на портале etender.uzex.uz.
		6.2	Участник отбора:
			- несет ответственность за подлинность и достоверность предоставляемых информации и документов;
			- вправе подать только одно предложение;
			- вправе отозвать или внести изменения в поданное предложение до срока окончания подачи таких предложений.
		6.3	Предложение по отбору состоит из двух частей: - техническая часть должна соответствовать техническим требованиям Заказчика и содержать в себе подробное описание оказываемых работ и услуг; - ценовая часть должна соответствовать условиям отбора и содержать информацию, указанную в требованиях в ценовой части предложения по отбору.
		6.4	Срок действия предложения по отбору участников должен составлять не менее 30 дней со дня окончания представления предложений по отбору.
7	<b>Продление срока предоставления предложений по отбору</b>	7.1	В случае необходимости, Заказчик может продлить срок представления предложений по решению Закупочной комиссии.
		7.2	Объявления о продлении сроков представления предложений по отбору размещается на специальном информационном портале и, в случае необходимости, публикуется на сайте Заказчика или других СМИ.
8	<b>Внесение изменений в документацию по отбору</b>	8.1	В случае необходимости заказчик вправе принять решение о внесении изменений в документацию по отбору. Решение о внесении изменений в документацию по отбору может приниматься не позднее чем за три дня до даты окончания срока подачи предложений. В процессе внесения изменений в документацию по отбору изменение продукции (работ, услуг) или ее характеристики не допускается. В случае внесения изменений в документацию по отбору в срок окончания подачи предложений, отбор продлевается не менее чем на пять рабочих дней с даты внесения изменений в документацию по отбору. Одновременно с этим вносятся изменения в объявление о проведении отбора, если была изменена информация, указанная в объявлении.
9	<b>Процедура вскрытия заявок с предложениями по</b>	9.1	Время, указанное в объявлении как время проведения отбора, закупочная комиссия для проведения оценки

	<b>отбору, порядок и критерии их оценки</b>		предложений по отбору вскрывает электронные заявки с предложениями, поданными участниками отбора.
		9.2	Закупочная комиссия осуществляет оценку предложений, которые не были отклонены, для выявления победителя отбора на основе критериев, указанных в документации по отбору.
		9.3	В случае установления недостоверности информации, содержащейся в документах, представленных участником отбора, закупочная комиссия вправе отстранить такого участника от участия в отборе.
		9.4	Оценка предложений по отбору и определение победителя отбора производятся на основании критериев, изложенных в электронной версии отбора в порядке, предусмотренном электронным порталом etender.uzex.uz.
		9.5	Предложение признается надлежаще оформленным, если оно соответствует требованиям Закона, постановлений, положениям и документации по отбору.
		9.6	Рабочий орган отклоняет предложение, если подавший его участник отбора не соответствует требованиям, установленным Законом и постановлениям или предложение участника отбора не соответствует требованиям документации по отбору.
		9.7	Победителем признается участник отбора, предложивший лучшие условия исполнения договора на основе критериев, указанных в документации по отбору и предложении.
		9.8	При наличии арифметических или иных ошибок закупочная комиссия вправе отклонить предложение по отбору либо определить иные условия их дальнейшего рассмотрения, известив об этом участника отбора.
		9.9	Результаты рассмотрения и оценки предложений фиксируются в протоколе рассмотрения и оценки предложений.
<b>10</b>	<b>Ответственность сторон и соблюдение Конфиденциальности</b>	10.1	<p>Ответственность за соблюдение конфиденциальности, предусмотренной законодательством Республики Узбекистан, несут:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- лица, входящие в состав рабочего органа, которые ведут учет поступающих предложений по отбору и обеспечивают их сохранность и конфиденциальность;</li> <li>- председатель и члены комиссии, а также члены рабочей группы, созданной для изучения предложений по отбору, за разглашение информации, допущение сговора с участниками, остальными членами комиссии и привлеченными экспертами, а также за другие противоправные действия.</li> </ul>

		10.2	Победитель отбора, не исполнивший обязательства по договору (по количественным, качественным и техническим параметрам), несет ответственность, предусмотренной законодательством Республики Узбекистан и/или заключенным договором.
<b>11</b>	<b>Прочие условия</b>	11.1	Участник не имеет право предоставлять иные услуги и работы, технически не соответствующие требованиям Технического задания.
		11.2	Участники, изъявившие желание участвовать в отборе, имеют право обратиться в рабочий орган для получения разъяснений относительно проводимого отбора.
		11.3	Участник отбора вправе направить Заказчику запрос о даче разъяснений положений документации по отбору в установленном порядке посредством электронного портала etender.uzex.uz.
		11.4	Отбор может быть объявлен закупочной комиссией не состоявшимися: <ul style="list-style-type: none"> <li>- если в отборе принял участие один участник или никто не принял участие;</li> <li>- если по результатам рассмотрения предложений закупочная комиссия отклонила все предложения ввиду не соответствия требованиям документации по отбору.</li> </ul>
		11.5	Заказчик имеет право отменить отбор в любое время до акцепта выигравшего предложения. Заказчик в случае отмены отбора публикует обоснованные причины данного решения на специальном информационном портале.
<b>12</b>	<b>Заключение договора</b>	12.1	По результатам отбора договор заключается на условиях, указанных в документации по отбору и предложении, поданном участником отбора, с которым заключается договор.
		12.2	Участнику отбора, объявленного по решению закупочной комиссии победителем отбора, направляется письменное извещение о решении комиссии в течение 5 рабочих дней со дня определения победителя. Заказчик и победитель отбора в течение 10 (десяти) дней с момента объявления победителя должны заключить договор.
		12.3	В случае, если победитель отбора отказывается заключать договор на условиях отбора, право заключения договора переходит к резервному исполнителю. При этом резервный исполнитель может заключить договор по цене, предложенной победителем отбора, или отказаться от заключения договора.

## ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

№	Наименование услуги	Описание услуги
1.	<p style="text-align: center;"><b>Контекстная реклама в Яндекс.Директ, Google Ads, Programmatic Banners (DV360)</b></p>	<p><b>Контекстная реклама</b> — это различные объявления (текстовые, графические, видео), которые показываются пользователям в соответствии с их поисковыми запросами, интересами или поведением в интернете. Контекстная реклама показывается в поисковых системах, на различных сайтах, в мобильных приложениях и на других ресурсах.</p> <p>Основные виды контекстной рекламы</p> <p>Контекстную рекламу можно условно разделить на поисковую и рекламу в сетях. Но, как мы упомянули выше, она давно перестала ограничиваться какими-то явными рамками, а новые возможности для рекламодателей появляются постоянно.</p> <p><b>Основные типы рекламных кампаний в Яндекс.Директе и Google Ads:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Поисковая реклама. Реклама в результатах поиска Яндекса или Google.</li> <li>• Кампании в Рекламной сети Яндекса или контекстно-медийной сети Google Ads. Реклама на сайтах, в приложениях и на других ресурсах партнеров рекламных систем.</li> <li>• Смарт-баннеры в Яндекс.Директе. Это объявления с динамическим контентом, который формируется с учетом интересов пользователя на основе фида (файла, который содержит информацию о товарном ассортименте).</li> <li>• Торговые кампании Google. Формат подходит для e-commerce и позволяет рекламировать товары в виде привлекательных карточек с изображением и ценой.</li> <li>• Реклама мобильных приложений в Яндекс.Директе и универсальные кампании для мобильных приложений в Google Ads.</li> <li>• Баннер на поиске Яндекса. Показывается справа от результатов поиска в Яндексе, но не в виде стандартных текстовых объявлений, а в виде красивого изображения.</li> </ul> <p><b>Тематический таргетинг.</b> Реклама показывается в соответствии с содержимым страницы, которую просматривает пользователь.</p> <p><b>Поведенческий таргетинг.</b> Рекламные объявления показываются пользователю в соответствии с его интересами, которые сумела «считать» система.</p>



		<p><b>Ретаргетинг.</b> Позволяет «догонять» рекламой пользователей, которые уже были на вашем сайте / видели вашу рекламу и т. д.</p>
	<p><b>Реклама в социальных сетях (Facebook, Instagram, MyTarget)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Медийная реклама</b> – это баннерная реклама, текстовая реклама, графические блоки, Flash-ролики, пресс-релизы и <u>HTML5-баннеры</u>. Рассчитана на целевую аудиторию, так как размещается на тематических форумах, сообществах или блогах.</li> <li>• <b>Таргетированная реклама</b> – это реклама, которая настраивается путем отбора целевой аудитории по определенным показателям. Таргетированная реклама в социальных сетях позволит привлечь внимание людей, заинтересованных в продукции банка.</li> </ul> <p>При помощи таргетированной рекламы в социальных сетях мы можем:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Повысить узнаваемость бренда.</li> <li>• Увеличить поток трафика на сайт.</li> <li>• Выстроить более тесные отношения с аудиторией банка.</li> </ul>
	<p><b>Бюджет проекта</b></p>	<p>800 000 000,00 сум <i>(Данная сумма является бюджетом для рекламного размещения банка на всех площадках и включает в себя агентскую комиссию)</i></p>

**Поставщики должны иметь**

1. Сертификат от Google Ads
2. Сертификат от Яндекс.Директ
3. Сертификат от Яндекс.Метрика
4. Сертификат от Google Analytics
5. Сертифицированные сотрудники

**Требования к агентствам**

1. Иметь опыт разработки креативной рекламной кампании в банковской сфере в Узбекистане или в странах СНГ (предоставить минимум 2 кейса);
2. Иметь в команде сертифицированных специалистов с более 5-летним опытом в сфере маркетинга (приложить документы);
3. Предоставить прозрачный доступ в рекламный кабинет для отслеживания рекламных кампаний;
4. Предоставлять ежемесячный отчет по кампаниям и рекомендации по улучшению показателей данных кампаний и их результативности (в форматах: ppt, excel);
5. Агентская комиссия (включительно с зачислением и размещением рекламы на площадках) не должна превышать 10% от общего бюджета рекламной кампании;

**Общий бюджет проекта - 800 000 000,00 ( Восемьсот миллионов ) сум с учётом НДС. Данная сумма является бюджетом для рекламного размещения банка и включает в себя агентскую комиссию (700 000 000 сум – рекламный бюджет, 100 000 000 сум**

агентская комиссия).

**Оплата по Договору производится отдельно согласно заранее запланированному медиа плану**

**Место сдачи-приёмки оказанных услуг с указанием конкретного адреса:**

АО«Асакабанк»: 100015, Узбекистан, г. Ташкент, ул. Нукус, 67.

**Обязательные требования к участникам и документам:**

Участник существует на рынке не менее 5-ти лет и за последние 2 года не имел судебных разбирательств, связанных с неисполнением им договорных обязательств.