

III. ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Цель проекта:

1.	Измерить объём рынка и объём потенциальных клиентов. На основе полученных данных онлайн и офлайн продвижение маркетплейса Chakana для увеличения числа активных пользователей и кратного роста продаж.
----	--

2. Задачи проекта:

1.	<i>Потребительское исследование:</i> замер примерного объёма рынка, глубинные интервью с потребителями, выявление потенциальных целевых групп, создание потребительского портрета, поиск инсайтов, тест потенциальных офферов на фокус группе.
2.	Аналитика, разработка, внедрение и оптимизация продающих торговых предложений, с последующей отладкой для фундаментального закрепления и наивысшего рыночного роста в онлайн среде.
3.	Изучение продукта: выявление УТП, формулировка ответов на такие вопросы как: какую важную проблему решает наш продукт?, чем наш продукт отличается от аналогичных предложений?, какие основные мотивы и барьеры потребления имеются?
4.	Комплексная реклама на всех соц. площадках – Google (включая -YouTube), Facebook / Instagram, Yandex, Programmatic а так же в различных приложениях. Баннерная реклама на сайтах РУз. Продвижение в телеграм.
5.	Внедрение точечного ремаркетинга для повышения конверсий и увеличения продаж.
6.	Эффективное ведение социальных страниц с ответами на комментарии и сообщения.
7.	Настройка отслеживания электронной коммерции через Google Analytics и Google Tag Manager для вычисления метрики возврата от инвестиций на цифровой маркетинг.
8.	Предоставление все услуги по спецификации №1

3. Ожидаемые результаты:

1.	Создание имиджа с доверительной репутацией и дальнейшего роста числа активных пользователей, узнаваемости, продаж и прибыли для массивного освоения рынка и становления лидирующим маркетплейсом.
----	---

4. Требования к агентствам

1.	<ul style="list-style-type: none"> - Опыт работы с международными корпорациями (не менее 3 лет); - Опыт работы с компаниями финтех направления (не менее 1 года).
2.	<ul style="list-style-type: none"> - Опыт масштабного запуска брендов на рынок: разработка маркетинговой стратегии, бренд-позиционирования, интегрированной рекламной кампании, оффлайн- и онлайн-сопровождения; - Опыт предоставления услуг маркетинг-отдела на аутсорсе на долгосрочной основе (минимум 3 партнёра); - Опыт работы с медиа-планами: разработка, согласование, коммуникация с подрядчиками и имплементация.
3.	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие в структуре агентства: дизайн-отдела, SMM-отдела, отдела по работе с клиентами; - Наличие в штате сотрудников на следующих позициях: проджект-менеджер, таргетолог, копирайтер, контекстолог, PR-менеджер, фотограф, мобильный видеограф, комьюнити-менеджер, графический дизайнер, технический дизайнер, 3D-дизайнер, моушн-дизайнер, иллюстратор, аккаунт-менеджер.
4.	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие портфолио агентства, насчитывающего не менее 100 успешных проектов по брендингу и коммуникации; - Наличие портфолио агентства, насчитывающего не менее 50 успешных проектов по digital-продвижением.
5.	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие текущих успешных проектов по брендингу, коммуникации и digital-продвижению (не менее 20 проектов); - Наличие наград на фестивалях коммуникаций и креатива.

5. Этапы реализации работы

1.	Тщательная и глубинная аналитика для идентификации идеального клиента, его эмоциональных и логических действий с картами пути (customer journey map) для выявления самых эффективных маркетинговых решений. Определение главных целей продвижения.
2.	Создание точных маркетинговых стратегий, тактик и планов по продвижению, рекламе и поэтапному внедрению;
3.	Внедрение созданных стратегий и тактик для создания всех нужных элементов. Создание выигрышных торговых предложений и оптимизация всех процессов с дальнейшим измерением их эффективности для подготовки к росту и омниприсутствию.
4.	Комплексное ведение всех маркетинг процессеов с отслеживанием, корректировкой и редактированием нацеленным на лучшую прибыль. Улучшение показателей.

**6. Условия оплаты
и поставки**

1.	Участником торгов должно быть предоставлено обеспечение в виде залоговой суммы в размере 3% от предельной стоимости отбора;
2.	Заказчик производит предоплату в размере 30% от общей стоимости договора, в течение 7 (семи) банковских дней с даты подписания настоящего договора. Оставшиеся 70% суммы подлежат оплате Заказчиком после подписания сторонами счет-фактуры и акта выполненных работ.



Критерии оценки участников торгов по отбору наилучших предложений

Оценка предложений участников будет осуществляться методом наименьшей цены, где победителем является участник, прошедший квалификационную и техническую оценку, и подавший наименьшую цену.

Порядок и критерии квалификационной оценки участников

№	Критерий	Оценка	Примечание
1	Гарантийное письмо участника о нахождение в стадии реорганизации, ликвидации и банкротства (Участник отбора не должен находиться в стадии реорганизации, ликвидации и банкротства)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	<i>Если участником не предоставлена заявка для участия в отборе, то вопрос отстранения принимается Закупочной комиссией</i>
2	Гарантийное письмо участника об информации о судебных разбирательствах (Участник не должен находиться на стадии судебного разбирательства с Заказчиком)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	<i>Если документ не предоставлен, то данный участник отстраняется от дальнейшего участия в данному электронном отборе</i>
3	Справка с ГНИ об информации по уплате налогов и других обязательных платежей в бюджет (Участник не должен иметь задолженностей по уплате налогов и других обязательных платежей перед бюджетом)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	<i>Если документ не предоставлен, то данный участник отстраняется от дальнейшего участия в данному электронном отборе</i>
4	Список сотрудников с ФИО, должностями, выписка из приказа или копия трудовой книжки (Участник отбора для данного проекта должен иметь в штате не менее 5 оформленных сотрудников)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	<i>Если документ не предоставлен, то данный участник отстраняется от дальнейшего участия в данному электронном отборе</i>
5	Портфолио компании в PDF или PPT (Участник отбора должен иметь портфолио работы с крупными международными брендами)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	<i>Если документ не предоставлен, то данный участник отстраняется от дальнейшего участия в данному электронном отборе</i>

6	Копия свидетельства о государственной регистрации (Участник отбора должен иметь опыт работы в сфере медиапланирования не менее 3 лет)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	Если документ не предоставлен, то данный участник отстраняется от дальнейшего участия в данном электронном отборе
7	Медиаплан с подробным описанием всех рейтингов (подробности в техническом задании) (Базис поставки должен соответствовать требованиям, указанным в техническом задании данного отбора)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	Если документ не предоставлен, то данный участник отстраняется от дальнейшего участия в данном электронном отборе
8	Рекомендательное письмо от предыдущих/текущих клиентов в оформленном фирменном бланке клиента (Участники отбора должны предоставить минимум по 2 рекомендательных писем)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	Если документ не предоставлен, то данный участник отстраняется от дальнейшего участия в данном электронном отборе
9	Награды в профессиональных конкурсах (Участники отбора должны предоставить минимум 2 награды)	Предоставлена – 1 балл Не предоставлена – 0 баллов	Если документ не предоставлен, то данный участник отстраняется от дальнейшего участия в данном электронном отборе

Директор департамента
стратегического анализа и развития
банковской деятельности



У.Файзуллаев



		Спецификация №1
№	Наименование этапа	Описание работ
1	Изучение продукта: выявление УТП, формулировка ответов на такие вопросы как "какую важную проблему решает наш продукт?", "чем наш продукт отличается от аналогичных предложений?", "какие основные мотивы и барьеры потребления имеются?"	20 дней на погружение и изучение. Результат - презентация включающая в себя SWOT-анализ продукта, конкурентный анализ, а также выявление потенциальных УТП, на которых мы можем построить бренд-платформу.
2	Изучение прямой и косвенной конкуренции, анализ конкурентного продукта, офферов, сильных и слабых сторон, маркетинговых и коммуникационных активностей.	
3	Потребительское исследование: замер примерного объема рынка, глубинные интервью с потребителями, выявление потенциальных целевых групп, создание потребительского портрета, поиск инсайтов, тест потенциальных офферов на фокус-группе.	<ul style="list-style-type: none"> - Портрет потребителя (300 чел.) - Фокус группа (4 фокус группы, 1 пилотная) - Глубинные интервью (15 человек, с проф. психологом)
4	Разработка позиционирования и ключевого сообщения бренда. Определение маркетинговых целей по системе SMART, определение основных KPI.	Презентация бренд-позиционирования
5	SMM-сопровождение	Ежемесячное ведение социальных сетей CHAKANA в Facebook и Instagram
6	Настройка таргетированной рекламы	Оплата рекламных объявлений в Facebook и Instagram
7	Настройка контекстно-медийной рекламы	Оплата рекламных объявлений в Google и Yandex
8	Дизайн-сопровождение	Ежемесячное оказание дизайнерских услуг