

«Утверждаю»
Заместитель председателя Правления
АКБ «Кишлок курилиш банк»

С.О.Олимжонов

«21» августа 2022 г.



II. ТЕХНИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на проведение ребрендинга Акционерного коммерческого банка
«Кишлок Курилиш Банк» (далее «банк»)

1. **Наименование оказываемых услуг** - проведение ребрендинга АКБ «Кишлок Курилиш Банк» (далее «банк»)
2. **Целью проведения ребрендинга** - Разработать позиционирование и платформу обновленного бренда банка, отражающего его сильные стороны и позволяющего повысить имидж бренда, а также способствующего банку увеличить проникновение на рынок и укрепить корпоративную культуру. В рамках обновленного позиционирования разработать название и дизайн-систему на основе бренд платформы, которая поможет выгодно отличаться на фоне конкурентов и отразить позиционирование бренда, разработать коммуникационную стратегию для продвижения обновленного бренда на рынке.
3. **Основание для реализации проекта, в рамках которого производится закупка:** решение Наблюдательного Совета АКБ «Кишлок курилиш банк» №12 от 15 августа 2022 года, решение Правления АКБ «Кишлок курилиш банк» №28 от 8 августа 2022 года.
4. **Перечень работ, услуг и их объемы:**

ПЕРВЫЙ ЭТАП: Бренд стратегия. Разработка позиционирования и платформы бренда:

Аналитический этап сбора необходимой информации. Включает в себя:

Анализ информации о продукте компании:

-изучение внутренних презентации;

-интервью с топ-менеджментом (не менее 6-7 глубинных интервью).

Анализ рыночных тенденции и лучших практик в коммуникации современных банков:

-анализ отраслевых практик.

Анализ аудитории:

-интервью с командой (не менее 3 человек-сотрудники розницы);

-интервью с клиентами банка. (не менее 18 человек г.Ташкент);

Анализ коммуникации конкурентов.

разработка вербальной идентификации и бренд-дизайна, разработка коммуникационной стратегии.

Разработка гипотез позиционирования.

Разработка платформы бренда:

-Миссия;

-Видение;

-Целевая аудитория;

-Потребительские инсайты;

-Обещание бренда;

-Ценности;

- Атрибуты бренда;
- Рациональные преимущества;
- Личность бренда (personality)
- Тональность бренда (tone of voice)

ВТОРОЙ ЭТАП: Вербальная идентификация и бренд-дизайн.

Разработка вербальной системы и копирайтинг:

- Нейминг (от 2 итерации по 5 вариантов названия);
- Слоган;

Разработка полноценной дизайн системы:

- Лого и вариации (черно-белое, инвертированное, цветное, использование фонов и подложек, 2 итерации по 3 варианта лого, 2 исправления);
- Разработка маскота;
- Палитра фирменных цветов, основных и дополнительных (палитра Pantone, RGB, CMYK);
- Фирменная типографика (основные, дополнительные и системные шрифты, принципы вёрстки);
- Фирменная графика (узоры и доп. графика);
- Иконографика, условные обозначения (не менее 15 шт);
- Стиль изображений и образов (не мене 15 изображений из фотобанка).

Разработка дизайна фирменных носителей (1 презентация в формате pdf)

- Визитная карточка корпоративная;
- Фирменный бланк и папка;
- Фирменные конверты;
- Шаблон презентация Power Point;
- Фирменная ручка и карандаш;
- Фирменный блокнот;
- Фирменный пакет;
- Настольный флаг;
- Электронная подпись к письму.

Рекламно-информационные материалы:

- рекламный модуль вертикальный и горизонтальный;
- флаер;
- билборд;
- сити-формат;
- Ролл-ап;
- Брендирование автомобилей (не менее 1 модели)
- оформление социальных сетей (аватарка, обложка, шаблон публикации).

Сувенирная продукция:

- Кружка/Бокал;
- Футболка и кепка;
- Шоппер;
- Зонт;
- Флеш-носитель.

Разработка дизайна униформы для сотрудников:

- Униформа для мужчин;
- Униформа для женщин.

Разработка книги бренда (описательная часть+гайдлайн, 1 презентация в формате pdf):

- Вёрстка описательной части бренда;
- Вёрстка правил работы с разработанным дизайном носителей;
- Описание стандартов оформления элементов-носителей фирменного стиля по проделанному объёму работ.

Дизайн экстерьера и интерьера филиала (Юнусабадского филиала):

Разработка интерьера 184м2, где 1-этаж 79м2, 2-этаж 105м2:

Интерьерное решение. Дизайн проект включает в себя:

- Планировочное решение с расстановкой мебели и оборудования;
- 3D визуализация комнат (4-9 имиджей каждой комнаты);
- Чертежи (электрика-точки вывода розеток, выключателей, точечное освещение, перегородки-стены, точки вывода канализации, размеры и габариты мебели встроенной);
- не менее 2 выездов на объект для коммуникации с прорабом;
- Онлайн поддержка и консультации по мессенджерам.

Разработка экстерьера:

Экстерьерное решение. Входная группа. Дизайн-проект включает в себя:

- дизайн входной группы в 3D визуализации (3-5 имиджей);
- не менее 2 выездов на объект для коммуникации с прорабом;
- Онлайн поддержка и консультации по мессенджерам.

Дизайн экстерьера и интерьера центра банковских услуг:

Разработка интерьера (80м2):

- Планировочное решение с расстановкой мебели и оборудования;
- 3D визуализация комнат (4-9 имиджей каждой комнаты);
- Чертежи (электрика-точки вывода розеток, выключателей, точечное освещение, перегородки-стены, точки вывода канализации, размеры и габариты мебели встроенной);
- не менее 2 выездов на объект для коммуникации с прорабом;
- Онлайн поддержка и консультации по мессенджерам.

Разработка экстерьера:

Экстерьерное решение. Входная группа. Дизайн проект включает в себя:

- дизайн входной группы в 3D визуализации (3-5 имиджей);
- не менее 2 выездов на объект для коммуникации с прорабом;
- Онлайн поддержка и консультации по мессенджерам.

Дизайн экстерьера и интерьера офиса банкоматов 24/7:

Разработка интерьера (10м2):

- Планировочное решение с расстановкой оборудования;
- 3D визуализация (3-5 имиджей);
- Чертежи (электрика-точки вывода розеток, выключателей, точечное освещение);
- не менее 2 выездов на объект для коммуникации с прорабом;
- Онлайн поддержка и консультации по мессенджерам.

Экстерьерное решение. Входная группа. Дизайн проект включает в себя:

- дизайн входной группы в 3D визуализации (3-5 имиджей);
- не менее 2 выездов на объект для коммуникации с прорабом;
- Онлайн поддержка и консультации по мессенджерам.

ТРЕТИЙ ЭТАП: Коммуникационная стратегия

Разработка коммуникационной стратегии (1 презентация)

Что мы говорим:

- Ключевая коммуникационная идея;
- Коммуникационные сообщения.

Кому мы говорим:

- Таргетинг: ключевые группы и точки контакта;
- Каналы и инструменты коммуникации.

Тональность сообщений:

- Тональность;
- Манера стиль коммуникации;
- Принципы коммуникации.

Матрица коммуникации по ключевым группам:

- желаемый результат коммуникации;

- Основные барьеры и драйверы;
- Роль коммуникации;
- Коммуникационные сообщения.

Разработка креативной ключевой идеи, основанной на обработке инсайта – Big Idea (1 презентация):

- Рекомендации по маркетинговой активности во время проведения акции;
- Разработка механики акции для продвижения акции: предложение из не менее 3, но не более 5 каналов коммуникации для наружной рекламы, digital активация, идея графического/радио ролика и пр.;
- Написание сценария для графического ролика и войсеров для графического и радио ролика (2 языка);
- Разработка ключевого изображения/Key Visual (не менее 3 вариантов);
- Подготовка имеджей для Print в офисах продаж (паучок и постер);
- Подготовка имеджей для наружной рекламы (не менее 5 форматов);
- Подготовка веб-баннеров для продвижения на партнерских сайтах (не менее 20 форматов);
- Подготовка серии имиджей для социальных сетей бренда во время запуска рекламной интегрированной кампании.

5. Место оказания услуг – г. Ташкент, ул. А.Навои, д.18 А.

6. Требования к участнику исходя из сложности выполняемых работ и оказываемых услуг:

- ✓ Маркетинговое (брендиговое) агенство - юридическое лицо, имеющее лицензию на осуществление маркетинговой деятельности;
- ✓ Маркетинговое (брендиговое) агенство в своей деятельности являются независимыми;
- ✓ иметь полис страхования гражданской ответственности;
- ✓ обладать опытом работы с крупными банками и государственными предприятиями;
- ✓ агенство должно состоять в рейтинге лучших агенств Узбекистана.
- ✓ услуги должны быть оказаны маркетинговой (брендиговой) организацией, признанной победителем настоящего конкурса, лично. Привлечение субподрядчиков, а также оказание услуги коллективными исполнителями допускается в том случае, если всю ответственность несет исполнитель.
- ✓ Маркетинговое (брендинговое) агенство должно иметь профессиональную компетенцию и опыт в области маркетинга (брендинга), в том числе и в банковской или финансовой сфере на территории Республики Узбекистан.

7. Сроки (периоды) оказания услуг: предоставить результаты оказываемых Услуг в течение 180 календарных дней, из которых 45 дней на первый этап: создание платформы бренда и позиционирования, 45 дней на второй этап: Бренд дизайн, дизайн экстерьера и интерьера, а оставшиеся 90 дней на третий этап: создание коммуникационной стратегии, после подписания обеими сторонами настоящего Договора и проведения предоплаты;

8. Требования к безопасности выполнения работ и оказания услуг:

- ✓ при осуществлении ребрендинга соблюдать требования законодательства Республики Узбекистан;
- ✓ Оказать Услуги надлежащего качества в установленные сроки;
- ✓ Логотип и название не должны ассоциироваться с названием и логотипом других юридических лиц (организации, компании, банков и т.д);
- ✓ ни одна из сторон не вправе передавать свои права и обязанности или их часть настоящему проекту третьему лицу без письменного согласия другой стороны;

9. Порядок сдачи и приемки результатов ребрендинга:

- ✓ Исполнитель обязуется выполнить все этапы, указанные в ТЗ, в течении 180 календарных дней с момента заключения договора;

- ✓ Все вышеуказанные заключения и Письма руководству будут подготовлены на русском и узбекском языках;
- 10. Требования по объему гарантий качества работ и услуг:**
- ✓ Маркетинговые агентства несут ответственность перед заказчиками за качество выполненных работ согласно перечню: разработка позиционирования и платформы бренда, вербальной идентификации и бренд-дизайна, разработка коммуникационной стратегии.
- 11. Требования об указании срока гарантий качества на результаты работ и услуг.**
- ✓ Гарантийный срок – 180 календарный дней;
 - ✓ за нарушение агентством соблюдения конфиденциальности информации агентство несет ответственность в соответствии с законодательством и с условиями заключенного договора;
 - ✓ в случае просрочки оплаты агентство имеет право приостановить оказание Услуг и/или задержать передачу выполненных работ до получения полной оплаты по Договору;
 - ✓ в случае просрочки оплаты со стороны банка, агентство по своему усмотрению имеет право начислять пеню в размере 0,4% от суммы просроченного платежа за каждый день просрочки, но не более 50% от суммы просроченного платежа;
 - ✓ в случае просрочки представления агентством выполненных работ, возникшей исключительно по вине агентства, банк по своему усмотрению имеет право начислять пеню в размере 0,5% от суммы неисполненной части обязательств за каждый день просрочки, но при этом общая сумма пени не должна превышать 50% от стоимости просроченных услуг.

**12. Сведения об организации.
РЕКВИЗИТЫ ОРГАНИЗАЦИИ**

1	Наименование организации (полное, сокращенное)	Акционерный коммерческий банк «Кишлок Курилиш банк»
2	Адрес организации (юридический)	г. Ташкент, ул. Навои, 18 А
3	Председатель Правления (ФИО)	Муратов Алишер Акмалович
4	Главный бухгалтер (ФИО)	Махмудов Хуршид Тошбобоевич
5	Контактные телефоны:	+998 (78) 150-39-93, +998 (78) 150-93-39
6	Факс:	+998 (78) 150-93-39
7	Контактное лицо (ФИО)	М.Умарходжаев, тел.: 781297776, эл.почта: xarid@qqb.uz
8	Адрес официального сайта	www.qqb.uz
9	Адрес электронной почты	xarid@qqb.uz

**Начальник управления
«Стратегического развития
и маркетинга»**

 **И. Юлдашев**