

ЗАПИТ НА ПОДАННЯ ЦІНОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ № ZKVU20200502

на послуги рекламної/PR агенції для проєкту фестивалів «З країни в Україну» в малих містах Луганської та Донецької областей

ДОДАТОК 2 до ЗНПЦП № 20200502 **Технічне завдання**

- Розробка та імплементація комунікаційної стратегії та медіа плану фестивалю
- Надсилати щотижневі короткі звіти із кількісною статистикою та розгорнуті медіа звіти кожні 2 тижня. Учасники тендеру повинні надати приклади звітів.
- Організувати прес тур для 7 журналістів у 10 міст Луганської та Донецької областей проведення фестивалів (міста в яких буде відбуватись прес тур, буде надано за 2 місяці до початку фестивалів, орієнтовно це такі міста: Слов'янськ, Краматорськ, Мирноград, Станиця Луганська, Старобільськ, Сватове, Дружківка, Костянтинівка, Бахмут, Маріуполь). В організацію прес туру повинно бути включені всі супутні витрати (проїзд, проживання, харчування, технічна організація прес конференцій, узгодження майданчика для прес конференцій і т.д.). Розробка та публікація прес та пост анонсів.
- Інформаційне супроводження фестивалю, а саме проведення фото зйомок та інтерв'ювання учасників, організаторів для написання подальших статей для ЗМІ. Фотозвіт з кожного з міст проведення фестивалю, та 5 статей інтерв'ю для кожного міст фестивалів.
- Розробка та проведення рекламних кампаній в 9 містах проведення фестивалів за 1 місяць до початку фестивалей. Обов'язкові комунікаційні канали для проведення рекламних кампаній: локальні та національні радіо станції, локальні та національні ТВ канали, локальні та національні

онлайн ЗМІ, зовнішня реклама у містах проведення фестивалю (сіті лайти, біл борди і тд). Учасники конкурсу мають надати у пропозиції запланований бюджет та тривалість/кількість розміщень для кожного з комунікаційних каналів.

- Розробка та проведення 1 місячної рекламної кампанії в місті Маріуполь. Обов'язкові комунікаційні канали для проведення рекламної кампанії: локальні та національні радіо станції, локальні та національні ТВ канали, локальні та національні онлайн ЗМІ, зовнішня реклама в м. Маріуполь (сіті лайти, біл борди і тд). Учасники конкурсу мають надати у пропозиції запланований бюджет та тривалість/кількість розміщень для кожного з комунікаційних каналів
- Розробка 11 промо роликів. 10 відео роликів про 10 міст хостів фестивалю та 1 загальний фестивальний ролик. Хронометраж 1 ролику - 30 секунд.
- Вести постійну комунікацію із представниками команди замовника та можливість регулювати рекламну компанію відповідно до результатів звітів та зворотного зв'язку від організаторів фестивалю.
- Пошук медіа партнерів (національні змі - 2 тб національні, 2 радіо, 2 інтернет портали. регіональні по 1-2 каналу комунікацій в місті, виходячи що на місцях є)
- Робота із спец проектами у колобораціях зі ЗМІ та зірками, які будуть залучені на фестивалях. Залучення зірок забезпечує Фондація.
- Напрацювання бази контактів лояльних до фестивалю журналістів
- Написати по 3 статті - історії успіху учасника команди, чи мецената, чи волонтера з кожного фестивалю (можуть бути історії людей, які долучались до фестивалю)

- Організувати промо фестивалів на національному рівні(включення організаторів в ефіри, як онлайн так і оффлайн, до 5 ефірів). Теми для ефірів будуть надані Фондацією.

Цілі рекламно інформаційних кампаній та КРІ

- Проведення пресс туру. Висвітлення фестивлів як культурно-просвітницьких подій на рівні національних та локальних ЗМІ. КРІ: Як мінімум 1 розгорнутий сюжет та мінімум 10 репортажів.
- Підтримати імідж просвітницької та інноваційної організації в Україні, зокрема на територіях Луганської та Донецької областях.
- Підвищення обізнаності про фестиваль на території Східної України.
- Підтримка позитивного іміджу організації для донорів/медіа/потенційних партнерів/інвесторів.