



ТЕХНИЧЕСКА СПЕЦИФИКАЦИЯ

I. Въведение:

Целта на настоящата обществена поръчка е да бъде избран изпълнител за осъществяване на медийна кампания чрез телевизионно и онлайн излъчване на разработените мултимедийни продукти – имиджов видеоклип, рекламни секторни видеоклипове и анимирани банери за онлайн промотиране на международни събития във връзка с изпълнението на проект № BG16RFOP002-2.006-002 „Утвърждаване на България като успешна инвестиционна дестинация” при икономически най-изгодни условия и за ефективно разходване на средствата при спазване на принципите на публичност, прозрачност, осигуряване на свободна и лоялна конкуренция и недопускане на дискриминация.

II. Изисквания към изпълнението:

1. Общи положения:

Възлагането на дейностите, предмет на настоящата поръчка се налага от необходимостта от постоянно подобряване качеството на маркетинговата дейност на агенцията и в резултат да се подобри имиджа на България като добро място за инвестиции.

Основната цел на медийната кампания е чрез ефективно използване на различни популярни бизнес медии да пренесем нашите основни послания до **целевите групи**, а именно потенциалните инвеститори от конкретни икономически региони, ключови мениджъри /decisionmakers/ и/или други лица с управленски функции на големи и средни предприятия - потенциални инвеститори и консултанти от съответните региони, влиятелни личности, свързани с инвестиционния процес в съответния регион;

1.1 При реализирането на предмета на поръчката има две основни дейности:

- **Дейност 1** - излъчвания по международни телевизии на рекламни видеоклипове на - имиджов видеоклип и рекламни секторни видеоклипове;
- **Дейност 2** – онлайн излъчвания в международни медии (информационни интернет платформи, интернет сайтове на доказани международни бизнес медии и др.) на рекламни видеоклипове - имиджов видеоклип, рекламни секторни видеоклипове и анимирани банери за онлайн промотиране.

За целите на поръчката ще бъдат изработени следните продукти, които Изпълнителят трябва да разпространи при условията на настоящата документация:

- Имиджов видеоклип с продължителност 45 секунди и три различни кратки времеви версии (17, 22 и 32 секунди), с цел адаптивността му според възможностите за излъчване.



- Рекламни секторни видеоклипа 3 бр. с продължителност 30-40 секунди и кратки версии на трите видеоклипа;
- 13 /тринадесет/ броя анимирани банери за онлайн промотиране на международни събития.

ВАЖНО: Изработването на рекламните продукти не е предмет на настоящата обществена поръчка. За реализиране на дейността ще се използват вече разработени рекламни материали, които ще бъдат предоставени от Възложителя на Изпълнителя.

Медийната кампания е свързана с планираните 6 (шест) международни инвестиционни форума пред потенциални инвеститори в САЩ, Европа и Азия, на които ще се представят условията и възможностите за инвестиране, стартиране и развитие на бизнес в България, както и с провеждането на 4 (четири) инвестиционни събития (роудшоу) в САЩ, Европа и Азия, по време на които ще бъдат представени предимствата на България като инвестиционна дестинация и възможностите, които страната ни предоставя за бъдещите инвеститори.

1.2 Региони и сектори за осъществяване на медийна кампания чрез телевизионно и онлайн излъчване на разработените мултимедийни продукти.

В Европа:

- Германия, гр. Дюселдорф с насоченост към секторите Автомобилостроене и машиностроене и Информационни технологии /ИТ/;
- Италия, гр. Рим, с насоченост към секторите Автомобилостроене и машиностроене и Информационни технологии /ИТ /;
- Испания, гр. Барселона, с насоченост към секторите Химическа индустрия и Биотехнологии;

В Азия:

- Китай, гр. Шанхай, с насоченост към секторите Автомобилостроене и машиностроене и Здравеопазване и балнеология;
- Сингапур с насоченост към секторите Електроника и електротехника и Информационни технологии /ИТ /;

В САЩ:

- Сан Франциско, Северна Калифорния с насоченост към секторите Аутсорсинг и Информационни технологии /ИТ /;

2. Конкретни изисквания към изпълнението на Дейност 1 - излъчвания по международни телевизии на рекламни видеоклипове - имиджов видеоклип и рекламни секторни видеоклипа;



Този компонент на поръчката включва излъчване на видеоклипове, целящи по-голямо въздействие и по-бързо възприятие на информацията, която трябва да достигне до инвеститорите, за да формира положителна нагласа към България като инвестиционна дестинация.

Избраният изпълнител трябва да:

- Избере и организира излъчване на продуктите по бизнес телевизии с покритие в Европа, САЩ и Азия, съгласно идентифицираните от възложителя сектори и региони.
- Да планира излъчването на видеоклиповете съобразно изискванията на БАИ, като съобрази (на база независими проучвания на медийните аудитории) избора на бизнес телевизии, с целевите аудитории на БАИ;
 - Трябва да бъдат осъществени минимум телевизионни излъчвания, както следва:
 - ✓ Европа – 180 броя;
 - ✓ САЩ – 150 броя;
 - ✓ Азия – 50 броя;
 - При планирането на излъчванията да аргументира и защити с конкретни показатели избора на бизнес телевизии, които според него са най-ефективни;
 - Предлага медиен план-стратегия на излъчване;
 - Да осигури оправдателни екземпляри - сертификати, доказващи излъчването на видеоклиповете.
 - Бизнес телевизиите, които ще участват в реализирането на медийната кампания трябва да имат международно покритие за целевите страни. За да се счита една телевизия за „бизнес медия“ е необходимо участникът да докаже, че мин 25 % от общия обем на програмата е със съдържание на икономическа и бизнес тематика. За да докажат горното е необходимо участниците да представят програмната схема на съответната телевизия за 30 последователни дни от последната година.

3. Конкретни изисквания към изпълнението на Дейност 2 – онлайн излъчвания в международни медии (информационни интернет платформи, интернет сайтове на доказани международни бизнес медии и др.) на рекламни видеоклипове - имиджов видеоклип, рекламни секторни видеоклипа и интернет банери;

Избраният изпълнител трябва да:

- Избере и организира излъчване на продуктите чрез онлайн медии с покритие в Европа, САЩ и Азия, съгласно идентифицираните от възложителя сектори и региони;
- Да планира излъчването на видеоклиповете и банерите съобразно изискванията на БАИ, като съобрази (на база независими проучвания на медийните аудитории) избора на онлайн медии, с целевите аудитории на БАИ;
- С цел ефективност на медийната кампания да предложи стратегия за максимизиране на постигнатите импресии на целевите пазари, използвайки различни формати в бизнес сайтове и търсещи машини. Трябва да бъдат заложени прогнозни качествени показатели, съобразени с предложените от него формати;



- При планирането на излъчванията да аргументира и защити с конкретни показатели избора на онлайн медии, които според Изпълнителя са най-ефективни;
- Предлага и аргументира медиен план-стратегия на излъчване/публикуване, формат, сектор/секция на сайта, форма на излъчването и т.н;
- Да осигури оправдателни екземпляри, доказващи излъчването/публикуването на видеоклиповете и банерите за всяка реклама с указана дата (период) на публикуване, дигитални копия (screen shots) и др;
- Онлайн медиите, които ще участват в реализирането на медийната кампания трябва да имат международно покритие за целевите страни. Необходимо е участникът да докаже, че минимум 25 % от общия обем на предложените онлайн медии е със съдържание на икономическа и бизнес тематика. За да докажат горното е необходимо участниците да представят актуална йерархична структура на сайта и/или друг релевантен подход.

В своето техническо предложение, участникът следва да изготви и представи медиен план-стратегия за излъчване/публикуване на изброените рекламни материали по минимум две чуждестранни бизнес телевизии, както и по минимум две различни по тип международни интернет медии.

Медийният план – стратегия следва да съдържа предложение относно предвидените комуникационни канали, програмен блок, разпределение на излъчванията и времеви график (индикативен) - схема на излъчване и разпространение, с посочване на часови диапазон на излъчване и конкретна медия за всеки мултимедиен продукт. Следва да бъде извършен анализ на медийния пазар, медийното потребление на целевите групи, да се определят медийните канали с най-висок афинитет за целевите групи.

Обхват на предложения медиен план-стратегия:

- анализ на медийния пазар;
- анализ на медийното потребление на целевите групи;
- идентифициране на медийни канали с най-висок афинитет за целевите групи;
- схема на медийно излъчване –медиен план - стратегия за всяка от предложените медии, с посочване на часови пояс за излъчване, във върхов или извън върхов часови пояс, рейтинг на предаване за целевата група.

Именно предложеният медиен план-стратегия следва да даде на Възложителя информация за организацията, която Участникът, при избирането му за изпълнител, ще създаде, за да осигури реализиране на предложената от него в офертата му схема на медийно излъчване. Предложението на участника следва да включва всички елементи, посочени в настоящата спецификация.

Медийната кампания е свързана с планираните 6 (шест) международни инвестиционни форума пред потенциални инвеститори в САЩ, Европа и Азия, на които ще се представят условията и възможностите за инвестиране, стартиране и развитие на бизнес в България, както и с провеждането на 4 (четири) инвестиционни събития (роудшоу) в САЩ, Европа и Азия, по време на които ще бъдат представени предимствата на България като инвестиционна дестинация и възможностите, които страната ни предоставя за бъдещите инвеститори.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Горепосочените събития са предмет на отделна дейност по проекта. Конкретна информация за организацията и периода на реализацията им, ще бъде предоставена на избрания изпълнител на настоящата обществена поръчка с цел детайлизиране на предложения в офертата му медия план-стратегия. След получаване на необходимата информация, Изпълнителят се задължава да предостави, за одобрение, на Възложителя разработен **детайлен медия-план** за реализиране на медийната кампания. Последният следва да бъде представен в определен от Възложителя във възлагателно писмо срок (не по-кратък от 10 работни дни).