

MŰSZAKI LEÍRÁS

A beszerzés tárgya:

„Az állampolgárok életét kiemelten érintő kormányzati döntésekkel kapcsolatos feladatok ellátása”

Háttérinformációk a megvalósítandó kommunikációs kampányokkal kapcsolatban:

Magyarország kormánya arra törekszik, hogy folyamatosan tájékoztassa a magyar állampolgárokat az életüket meghatározó kormányzati intézkedésekről. Ezen kampányok alkalmasak arra, hogy megvilágítsák a kormányzati intézkedéseik részleteit, okait, valamint a döntések eredményeit és az állampolgárok számára azokból adódó előnyöket. Alapvető közérdeknek és demokratikus kötelességnek tartjuk, hogy az említett intézkedések kapcsán a magyar állampolgárok naprakész, minél több és minél részletesebb információt kapjanak. A fentieknek megfelelően a magyar kormány tájékoztató kampányokat kíván indítani egyes kiemelt intézkedésekkel kapcsolatban.

A kormány törekvése az, hogy a kampányok során lehetőség szerint a teljes magyar felnőtt korú lakosságot, a célcsoport minden szegmensét elérje. A tájékoztató tevékenységek során ezért kiemelten fontos a széleskörű eszközhasználat (pl. televízió, rádió, print, közterületi hirdetések, internetes reklám, közösségi média hirdetések, BTL-eszközök) az optimális ár-érték arány biztosítása mellett.

Kommunikációs tájékoztató kampányok tervezett teljesítési határideje:

A keretszerződés aláírásának napjától a keretmegállapodás hatályának lejártáig vagy a nettó 1.146.689.195, -Ft keretösszeg kimerüléséig (amelyik feltétel előbb teljesül). A Miniszterelnöki Kabinetiroda, mint Megrendelő, nem köteles a teljes keretösszeget kimeríteni, ami azt jelenti, hogy a Megrendelő fenntartja a jogát, hogy a keretszerződés hatálya alatt a tényleges szükségleteknek megfelelően a keretösszegtől - 30 %-kal (mínusz harminc százalékkal) eltérjen.

Várhatóan a kampányok száma: 3-5 darab.

Kommunikációs kampányok célcsoportja:

A teljes magyar felnőtt lakosság.

A megvalósítandó kommunikációs kampányokról:

A Miniszterelnöki Kabinetiroda, mint Megrendelő, a megvalósítandó konkrét kommunikációs kampányokkal kapcsolatban elvégzendő feladatokról a hivatalos eseti megrendelő kibocsátását megelőzően briefinget bocsát ki.

A kiadott briefing tartalmazza a konkrét kommunikációs kampányhoz kapcsolódóan:

- a kampány fő üzeneteit;
- a kampány eszközeit;
- a kampányra szánt keretösszeget;
- a kampány célját és az elérendő célcsoportot;
- a kampány tervezett időtartamát;

- a rendelkezésre álló háttéranyagokat;
- a Megrendelőnek az adott kampányra vonatkozó további szakmai és a megjelentetéssel kapcsolatos igényeit.

A Vállalkozó feladatai

A Vállalkozó feladata a Megrendelő kommunikációs tevékenységének eredményes végrehajtása érdekében teljes körű, szakszerű és határidőre történő tájékoztatási feladatok megvalósítása, kommunikációs stratégia és javaslat összeállítása.

A Vállalkozó feladata a Megrendelő részére a kommunikációs kampányaihoz kapcsolódó stratégiai tervezési, tanácsadási, az ajánlatkérő által jóváhagyott terv alapján médiatervezési-, és vásárlási feladatok (elsősorban nyomtatott sajtó, közterület, online, közösségi média, televíziós és rádiós megjelenések) és a hozzá kapcsolódó kommunikációs szolgáltatások ellátása. Feladat továbbá a kommunikációs kampányok eredményeinek összegzése a Megrendelő felé.

A Vállalkozó köteles biztosítani a Megrendelő részére az általa megjelölt feladatok ellátásához szükséges szakembereket. Köteles kijelölni kapcsolattartót, akinek a feladata az ügynökségi szolgáltatások és kampányok koordinálása, kapcsolattartás a Megrendelővel, és a teljesítésbe bevont többi vállalkozóval, részvétel a Megrendelővel folytatott megbeszéléseken, a szerződéssel, megrendeléssel kapcsolatos adminisztratív feladatok ellátása, kampánytervek, javaslatok és árajánlatok készítése a Megrendelő igényei alapján, valamint a kampányok költségvetésének felügyelete.

Az Ajánlatkérő felhívja az Ajánlattevő figyelmét, hogy a szerződés ideje alatt a kommunikációs kampányok sikerének érdekében együtt kell működjön a Megrendelő egyéb kommunikációs partnereivel.

A megvalósítandó kommunikációs kampányok során felmerülhetnek a következő részfeladatok

Grafikai tervezés

A Vállalkozónak a Kommunikációs stratégiának megfelelően az egyéb kommunikációs tevékenységekkel összhangban kell elvégeznie a feladatot.

Vállalkozó ennek megfelelően kell, hogy elvégezze a kommunikációs kampányokhoz kapcsolódó grafikai tervezési feladatokat. A feladat része lehet ezen felül különböző kiadványok tervezése, amely magában foglalja a layout kialakítását, a tördelést, a képretusálást, a képfeldolgozást és a nyomdai előkészítést is.

Vállalkozó ezen feladatokat a Reklámkampányok tervezése és az Integrált kommunikációs feladatok ellátása körében is köteles elvégezni és kiegészíteni illusztrációkészítéssel, marketing és promóciós célú tárgyak grafikai tervezésével és infografikák készítésével.

Gyártás

A Vállalkozó feladata, hogy a gyártási feladatokat a minőségi és költséghatékonysági szempontokat messzemenőkig vegye figyelembe.

Az adott gyártási feladat minden esetben kommunikációs tevékenységhez kötődik, ezáltal az határozza meg a leggyártandó terméket magát. A gyártási feladat megkezdése előtt a szakmai javaslattal

esetlegesen kiegészített megrendelési ajánlatot, lehetőség szerint a gyártási végcredményhez leginkább közelítő mintával kell alátámasztania.

Vállalkozónak az egyes termékekre adott ajánlati egységárait úgy kell kialakítania, hogy azok a következő feladatok végrehajtását is magukba foglalják:

- a Megrendelő által meghatározottak alapján mintadarab bemutatását,
- konkrét megrendelés esetén a csomagolást.

A megajánlott gyártási árakba nem kell belekalkulálni a szállítási díjakat, ezeket a kommunikációs szolgáltatásokhoz kapcsolódó szolgáltatásként kell a Vállalkozónak feltüntetnie az ártábla megfelelő helyén. A Vállalkozónak a szállítási díjakat úgy kell kialakítania, hogy azok a rakodás költségét is magába foglalják.

A Megrendelő részére leszállított termékek további mozgatása, telephelyen belüli szétosztása a Vállalkozónak nem kötelessége, arról a Megrendelő gondoskodik.

A gyártás ártáblában a Vállalkozó úgy adja meg az Ajánlati árat, hogy annak nem kell tartalmaznia az adott szakemberek (pl. rendező, szereplő, zeneszerző) jogdíját.

Online kommunikációs és közösségi médiaszolgáltatások

A Vállalkozó feladata, hogy a kommunikációs stratégiának megfelelően és az integrált kommunikációs stratégiához illeszkedően költséghatékony megvalósításra törekedve kidolgozza az online kommunikációs stratégiát.

A stratégiának tartalmaznia kell az adott célcsoport eléréséhez és a kívánt üzenetek továbbításához legmegfelelőbb online- és közösségi médiacsatornákra történő javaslattételt (alátámasztással együtt), az azokon kialakítandó vagy lefejlesztendő eszközök bemutatását, megtervezésük és megvalósításuk módját és adott esetben az eszközök vonatkozásában a szükséges tartalom előállítási, illetve tartalomnedzsment feladatok megoldását.

Integrált reklámügynökségi szolgáltatások

A teljes körű feladatvégzés során a kommunikációs stratégiának megfelelően az egyéb kommunikációs tevékenységekkel összhangban kell elvégezni a feladatot költséghatékony megvalósításra törekedve. Az integrált kommunikációs feladatok ellátása kiterjed valamennyi jelenleg ismert és jövőben létrejövő offline és online kommunikációs csatornára és eszközre is.

A Vállalkozó feladata közé tartozik a stratégiában meghatározott célcsoport elérése és a kívánt üzenet továbbítása. A javaslattételnek tartalmaznia kell az alkalmazott csatornák, eszközök bemutatását, megtervezésük és megvalósításuk tervezett módját.

A Vállalkozónak a kampányok során összhangba kell hozni a grafikai-, gyártási, médiatervezési- és vásárlási feladatokat a kampánymenedzsment és postbuy feladatokkal. Az adott feladatok összehangolásához szükséges kapcsolattartás is részét képezi az Integrált reklámügynökségi szolgáltatásnak.

A Vállalkozó a kreatív koncepcióban kreatív terveket köteles készíteni, amelyek összhangban kell, hogy legyenek a Megrendelő kommunikációs stratégiájával.

Kutatási feladatok

A kutatási feladatoknak segítenie kell a kommunikációs stratégia tervezését, támogatnia kell a kampánystratégiák kidolgozását.

A Vállalkozó javaslatokat kell, hogy tegyen a kommunikációs céloknak leginkább megfelelő kutatási módszerre vonatkozóan, majd feladata a kutatási módszer meghatározása után a kutatás megtervezése és lebonyolítása, illetve az eredmények elemzése és összefoglalása.

A Vállalkozónak a kutatási feladatokat közvélemény-kutatási, marketingkutatási és hatékonyságmérési célból egyaránt el kell végeznie.

A Vállalkozó kutatási tevékenysége – céltól függően - történhet kvantitatív vagy kvalitatív alapon, illetve személyes, telefonos vagy online kérdezési technikával – illetve primer vagy szekunder adatok gyűjtésével, elemzésével, azonban mindegyik esetén teljes körű kutatás-menedzselési feladatkört is el kell látnia.

A Vállalkozónak a kutatási folyamatok minden fontosabb fázisát dokumentálnia, archiválnia kell, hogy a későbbiekben visszakereshető és újra felhasználható legyen.

Médiatervezés és vásárlás

A Vállalkozó a kommunikációs stratégiával összhangban, az integrált kommunikációs feladatokkal összeegyeztetve kell ellátnia a médiatervezési és vásárlási feladatokat.

Kiemelt fontosságú szempont a feladat ellátásakor a leghatékonyabb elérés és költséghatékony megoldás javaslata és megvalósítása.

A médiatervet kutatási adatokat is magában foglaló médiastratégiával kell alátámasztania, amely kitér a Megrendelő célcsoportjainak médiafogyasztási szokásaira, a javasolt médiatípusok előnyeinek és hátrányainak bemutatására, és mindezek összességéként javaslatételre, amely az adott kommunikációs üzenet továbbítására leginkább alkalmas médiatípusokra és csatornákra, azok összehangolására vonatkozik.

A médiatervnek az egycsatornás- és a többcsatornás kampányok esetében is részletesen tartalmaznia kell a médiastratégiának megfelelően kiválasztott médiatípusok javasolt médiumait, az ott megjelentetni kívánt hirdetés típusát, gyakoriságát, időtartamát és költségét.

Kiemelt szempont, hogy a médiaterv rugalmasan alakítható legyen és bizonyos megjelenések átcsoportosíthatók lehessenek a hatékonyság megtartásával együtt.

Az elfogadott és végleges médiaterv alapján a Vállalkozó feladata a médiavásárlási feladatok ellátása a médiatervben foglaltaknak megfelelően, az egyes megállapodások megkötése a médiatervben szereplő médiafelületek tulajdonosaival, a médiatervben szereplő paramétereknek megfelelően. Ehhez kapcsolódóan a Vállalkozó feladata a médiavásárlási feladatrész megvalósításához szükséges produkciós-terv készítése, kapcsolattartás a médiafelületek kapcsolattartóival.

A médiavásárlás dokumentálása is a feladat része, beleértve az egyes megjelenések tényének alátámasztását és összegyűjtését, illetve a postbuy elemzések elkészítését.

PR ügynökségi szolgáltatások

A Vállalkozó a kommunikációs stratégiával összhangban kell, hogy ellássa a PR ügynökségi feladatokat. Vállalkozó feladatai közé tartozik a Megrendelő szervezete és környezete közötti kommunikációs kapcsolatok elemzése, kommunikációs programok szervezése, tervezése és kivitelezése, illetve azok értékelése.

A Vállalkozó felkészültnek kell lennie a Megrendelő szervezetének vezetése és a dolgozók közötti kommunikációs kapcsolatok támogatására, és egyúttal a teljes külső kommunikációs

kapcsolatrendszer kezelésére.

A Vállalkozó el kell, hogy készítse a fentiekhez illeszkedő PR stratégiát, illetve egyedi PR akcióterveket. A stratégiának tartalmaznia kell az adott célcsoport eléréséhez és a kívánt üzenetek továbbításához legmegfelelőbb PR-csatornákra történő javaslattételt (alátámasztással együtt), az azokon javasolni alkalmazott eszközök bemutatását, megtervezésük és megvalósításuk módját, és adott esetben az eszközök vonatkozásában a szükséges tartalom előállítási feladatok javasolt megoldását. A PR akciótervnek ugyanezeket az adott aktuális feladatra vonatkozóan kell tartalmaznia időzítéssel és részletes megvalósítási tervvel együtt.

A Vállalkozó ezen tevékenysége eredményeként felelős a PR kampányok lebonyolításáért. Feladatai közé tartozik a kríziskommunikációs helyzetekben való tanácsadás is.

Sajtókapcsolatok folyamatos ápolása és a kapcsolódó feladatok ellátása mellett média- és kommunikációs tréningeket is tartania kell (pl.: a Megrendelő vezetőinek felkészítése).

A PR tartalom előállítási feladatok tartalmazzák a szövegírást, de nem tartalmazzák a beszédírást.

A Vállalkozó felelős a PR eseményekhez kapcsolódó fotós és videós tartalmak előállításáért, a sajtóanyagok- és közlemények elkészítéséért, illetve kiküldéséért és az interjúszervezésekért.

A Vállalkozó feladatkörébe tartozik az edukációs és társadalmi felelősségvállalást érintő PR-feladatok ellátása.

Sajtófigyelési feladatok ellátásakor rendszeresen összegzést kell végeznie és javaslatot is kell tennie a hatékonyabb PR stratégiára/taktikára.

Stratégiai tervezés és tanácsadás

A kommunikációs stratégia az elérendő hosszú távú célokat és a megvalósításukhoz szükséges eszközöket foglalja magában. Tartalmaznia kell a hosszú távú, alapvető kommunikációs célokat, üzeneteket, a célcsoport-meghatározásokat, a pénzügyi, időbeli és egyéb megkötéseket, a célok elérésének az útjait, az alkalmazandó kommunikációs eszközöket, az időzítést és a tervezési stratégiát is.

A Vállalkozónak az egyes kommunikációs kampányokhoz kapcsolódóan fel kell állítania a kommunikációs akciótervet, amelybe implementálja a stratégia elemeit, és amelyhez időzítésekkel társított feladatokat rendel.

A kommunikációs stratégiában el kell különíteni az állandó elemeket (a Megrendelő egyedi arculatának elemei, formai eszközei, védjegypolitikája, a reklám, a PR és egyéb kommunikációs eszközök) és a változó elemeket (a gazdasági környezet változásai után tartósan ígérkező változásokat, a szervezet által tudatosan kijelölt irányokat, elhatározott reagálásokat, amelyek befolyásolják a kommunikációt).