

# Техническая спецификация закупаемых услуг по интернет-продвижению (Digital Marketing)

## 1. Сокращения, термины и определения

- 1.1. Услуги — услуги по интернет-продвижению (Digital Marketing).
- 1.2. Заказчик — Автономный кластерный фонд «Парк инновационных технологий», действующий под брендом Tech Garden.
- 1.3. Поставщик — организация, определенная Заказчиком к оказанию услуг.
- 1.4. Стороны — Заказчик и Поставщик при совместном упоминании.
- 1.5. Кликабельность / CTR (Click Through Rate) — показатель, который определяется отношением количества кликов на рекламное сообщение или баннер к общему количеству демонстрации данных уведомлений, вычисляется в процентах.
- 1.6. VTR (View Through Rate) — показатель эффективности рекламного ролика, который определяется как отношение количества просмотров к показам.
- 1.7. UTM (Urchin Tracking Module) — специализированный параметр в URL, используемый для отслеживания рекламных кампаний в сети Интернет.
- 1.8. Brand Safety — концепция защиты бренда от упоминаний и проявлений в негативном информационном окружении.
- 1.9. Рекламная кампания, которая включает в себя:
  - 1.9.1. Контекстно-медийная реклама — вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем или иным контекстом интернет-страниц.
  - 1.9.2. Таргетированная реклама таргетинг (англ. target — цель) — рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей.

## 2. Общие положения

- 2.1 Настоящая Техническая спецификация содержит описание целей, задач и требований, предъявляемых Заказчиком к Поставщику и порядку оказания услуг по интернет-продвижению (Digital Marketing).
- 2.2 Целью Услуг является освещение деятельности Заказчика и продвижение продуктов и/или услуг Заказчика путем размещения и демонстрации в сети интернет информационных/рекламных материалов, направленных на целевую аудиторию Заказчика.
- 2.3 Услуги подлежат оказанию посредством размещения и демонстрации контекстно-медийной рекламы в сети интернет, в информационных ресурсах крупных компаний, осуществляющих свою деятельность в сфере

информационного наполнения сети интернет (Google/Yandex и/или др.), и/или в социальных сетях (Facebook/Instagram/Youtube и/или др.).

### 3. Объем услуг

3.1. Объем и описание оказания услуг согласно таблице № 1.

Таблица №1

Наименование услуги	Описание	Ед. измерения	Кол-во
Предоставление доступа к сервисам CRM и E-mail маркетинг	Ежемесячное предоставление доступа к сервису E-mail маркетинга (Mailchimp), в том числе настройка системной и персонализированной коммуникации с аудиторией через массовые и автоматизированные e-mail рассылки.  Установка системы управления взаимоотношениями с клиентами на платформе AmoCRM с учетом ежемесячного доступа для сотрудников Заказчика в количестве не менее 15 человек.	Услуга /месяц	5
Оптимизация и продвижение сайтов (SEO)	Ежемесячный комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей и привлечение посетителей на сайт.	Услуга /месяц	5
Настройка контекстной рекламы	Ежемесячное привлечение пользователей на сайт: повышение узнаваемости бренда через размещение рекламного объявления в поисковых системах Google и Яндекс.  Ожидаемые результаты за весь период оказания услуг: не менее 60 000 посещений сайта.	Услуга /месяц	5
Настройка таргетированной рекламы	Ежемесячная настройка и запуск таргетированной рекламы через инструменты META (социальных сетях: Instagram и Facebook).  Не менее 15 запусков рекламных кампаний в месяц.  Ожидаемые результаты за весь период оказания услуг: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Охват: не менее 2 000 000 пользователей;</li> <li>2. Взаимодействия (отметки нравится, комментарии, репосты, сохранения и т.д.): не менее 105 000;</li> <li>3. Просмотры: не менее 1 250 000 просмотров;</li> <li>4. Подписчики: не менее 10 000 пользователей.</li> </ol>	Услуга /месяц	5

Продвижение YouTube-канала	Ежемесячная настройка и запуск платных способов продвижения на YouTube. Ожидаемые результаты за весь период оказания услуг: не менее 50 000 просмотров.  Увеличение подписчиков YouTube канала Заказчика. Ожидаемые результаты за весь период оказания услуг: не менее 1 000 подписчиков.	Услуга /месяц	5
----------------------------	---	---------------	---

Предусмотренная к закупу сумма на оказание услуг составляет: 32 700 000 тенге без учета НДС.

Закуп услуг по интернет-продвижению (Digital Marketing) будет осуществляться в соответствии с заявкой Заказчика.

#### **4. Условия оказания услуг**

4.1. За период действия договора Исполнитель обязуется запустить не менее 15 рекламных кампаний ежемесячно.

4.2. Предоставление рекомендации по оптимизации и предложений по созданию релевантного текстового и графического контента;

4.3. Поставщик создает медиаплан по размещению рекламы с разбивкой показателей к достижению по месяцам в соответствии с таблицей №1 для дальнейшего согласования с Заказчиком в течение 2 (двух) рабочих дней с даты подачи заявки со стороны Заказчика. Виды рекламы, максимальная стоимость клика, сроки размещения рекламы, иные параметры размещения определяются на основе согласования с Заказчиком. Заказчик в праве вносить изменения параметров и настроек в целях повышения эффективности рекламной кампании.

4.5. Исходные материалы направляются Заказчиком по электронной почте Поставщику не позднее, чем за 3 (три) рабочих дня до даты размещения, указанной в согласованном медиаплане.

4.6. Поставщик осуществляет проверку полученных исходных материалов на соответствие техническим требованиям для таргетинга и осуществляет адаптацию (ресайз и другие работы, косвенно и напрямую относящиеся к запуску рекламных кампаний в интернете) по площадкам, указанным в технической спецификации.

4.7. Поставщик предоставляет отчеты еженедельно или по запросу Заказчика по количеству лидов/кликов/показов/просмотров и эффективности кампании в периоды проведения кампаний.

4.8. Осуществлять услуги должны сотрудники, которые указаны Поставщиком в квалификационных требованиях к конкурсной документации, с соответствующими сертификатами и документами согласно квалификационным требованиям.

4.9. Поставщик дает рекомендации по размещению, исходя из аналитики рекламной кампании, анализирует статистику специальных кампаний, отслеживает кампании с помощью компоновщика URL, отслеживает выполнения бизнес-целей, анализирует

эффективность кампаний с использованием расширенных фильтров для представлений, созданием специальных параметров и показателей, таких как данные сегмента для анализа, анализ данных по каналам, анализ данных по аудиториям, анализ данных по специальным отчетам, использует маркетинговые инструменты для продвинутых пользователей, таких как введение в ремаркетинг, улучшенный таргетинг с динамическим ремаркетингом. Поставщик должен правильно анализировать отдачу от разных источников трафика, корректно анализировать данные об источниках трафика, правильно использовать UTM-метки, выбирать правильную модель атрибуции с учётом решаемых задач, выявлять недостатки сайта, которые не дают посетителям выполнять целевые действия.

4.10. На ежемесячной основе Поставщик готовит аналитический отчет. Отчет должен содержать отчеты по аудитории, источникам трафика и поведению из Google аналитики или данные Яндекс метрики.

4.11. Поставщик обязуется транслировать видеоролики в качественном контенте (исключить показы в: политическом контенте, шокирующем контенте, контенте для детей, контенте с чрезмерным содержанием ненормативной лексики, в контенте сексуального характера, изображением насилия и серьёзных травм).

4.12. Во всех рекламных кампаниях должен соблюдаться Brand Safety.

4.13. Охват целевой аудитории: Desktop + Mobile, Республика Казахстан, и другие страны по согласованию с Заказчиком возрастная категория от 18 до 55 лет. Запуск рекламных кампаний должен осуществляться по настройкам таргетированной рекламы, соответствующим рекламируемому продукту.

4.14. Поставщик должен создавать и оптимизировать кампании в поисковой сети Google, пользоваться автоматизированными инструментами, например, интеллектуальным назначением ставок и решениями для работы с аудиториями, а также приводить показатели кампаний к целевым маркетинговым значениям.

4.15. Во время рекламной активности Заказчиком будет совершаться аудит рекламных кампаний.

4.16. Потенциальный поставщик в течение 7 (семь) рабочих дней после заключения Договора должен предоставить Заказчику комплексную стратегию, включающую анализ и фиксацию исходных данных аккаунтов Заказчика, анализ рынка и конкурентов, медиапланы для будущих рекламных кампаний, рекомендации по созданию контента.

4.17. Услуги должны быть оказаны с даты заключения договора по 31.12.2023 г.

### **Квалификационные требования**

Подтвердить наличие не менее 4-х специалистов со следующими навыками:

1. Наличие не менее 1 специалиста с действующими сертификатами 100-101: Мета по цифровому маркетингу (100-101: Meta Certified Digital Marketing Associate), 300-101: Мета по творческой стратегии (300-101: Meta Certified Creative Strategy Professional), 410-101: Мета по закупке медиа (410-101: Meta Certified Media Buying Professional);

2. Наличие не менее 1 специалиста с действующими сертификатами по контекстно-медийной сети Google рекламы, по поисковой сети Google Рекламы и по видеообъявлениям Google рекламы;
3. Наличие не менее 1 специалиста с действующими сертификатами по Яндекс.Метрике, Яндекс.Директу и по медийной рекламе Яндекса;
4. Наличие не менее 1 специалиста с высшим образованием по специальности Маркетинг;
5. Наличие не менее 1 специалиста с высшим образованием по специальности Дизайн.