

**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 — АКФ ПИТ, в лице Филиала АКФ «ПИТ» по городу Алматы.
- 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. НАСТРОЙКА КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНОЙ И БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЫ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ GOOGLE и ЯНДЕКС:**

- Настройка целей, целевой аудитории по согласованию или совместно с Заказчиком;
- Настройка таргетинга (тематического и поведенческого таргетинга);
- Ретаргетинг (преследование рекламой пользователей);
- Корректировка настроек на постоянной основе по согласованию;

- С момента заключения договора и до 20 декабря 2024 года необходимо обеспечить **не менее 30 000** посещений на сайты Заказчика (счет посещения с момента заключения договора).

### **3.2. ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПУТЕМ ОРГАНИЗАЦИИ, ОПТИМИЗАЦИИ И НАСТРОЙКИ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ЧЕРЕЗ ИНСТРУМЕНТЫ МЕТА (В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: INSTAGRAM И FACEBOOK):**

- Таргетированная реклама со следующими основными форматами: Универсальная запись, Реклама в Stories и Форматы для десктопа;

- При размещении рекламы Поставщик может использовать такие плейсменты, как реклама в ленте, в историях, в рекомендуемых видео, партнёрские площадки Audience Network.

Настройки по согласованию или совместно с Заказчиком:

- Социально демографические: пол, возраст, семейное положение, образование и т. д.;
- Географические: от страны до точки на карте (с точностью до 500 метров);
- По интересам;
- Детальный таргетинг;
- Настройка ретаргетинга;
- Сегментирование аудитории;
- Сеть аудитории Audience Network;

С момента заключения договора и до 20 декабря 2024 года необходимо обеспечить активность на аккаунтах Заказчика в МЕТА (Instagram и Facebook) по следующим показателям:

- не менее **1 000 000** взаимодействий (лайки, комментарии, просмотры, сохранения, репосты и т. п. действия из Бот-аккаунтов не будут засчитываться);
- число показов рекламы/баннеров/видео - **не менее 10 000 000** раз;
- Воспроизведение видео: не менее **1 000 000** раз;
- Прогнозируемый прирост запоминаемости рекламы (люди) (согласно данным Meta по итогам кампании в объектах целей «Узнаваемость бренда» и «Вовлеченность»): не менее **25 000 человек** (в случае изменения или отсутствия данной метрики в настройках рекламного кабинета к отчетному периоду по согласованию с Заказчиком данная метрика меняется на другое значение).

### **3.3. ОПТИМИЗАЦИЯ И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА (SEO)**

Продвижение сайта в поисковых системах Google и Яндекс.

Оптимизация сайта с использованием следующих основных инструментов и методов: технический аудит, внутренняя оптимизация, внешняя оптимизация (линкбилдинг), контент-маркетинг.

При оптимизации сайта Поставщик может использовать такие инструменты и методы, как: улучшение скорости загрузки страниц, оптимизация структуры сайта, создание и оптимизация контента, работа с метатегами (title, description, keywords), внутренняя перелинковка, внедрение схем микроразметки, улучшение юзабилити сайта.

Настройки по согласованию или совместно с Заказчиком:

- Технический аудит сайта для выявления ошибок и проблем, мешающих продвижению; Оптимизация структуры сайта и URL-адресов;
- Работа с метатегами (title, description, keywords);
- Улучшение скорости загрузки страниц;
- Внедрение схем микроразметки;

- Создание и оптимизация контента с учетом ключевых слов;
- Внутренняя перелинковка;
- Внешняя оптимизация (линкбилдинг): анализ ссылочного профиля, приобретение качественных ссылок;
- Мониторинг позиций сайта и корректировка стратегии продвижения;
- Анализ конкурентов.

С момента заключения договора и до 20 декабря 2024 года необходимо обеспечить достижение следующих показателей:

- Увеличение органического трафика на сайт не менее чем на 50%;
- Достижение позиций в ТОП-10 поисковых систем (Google, Яндекс) не менее чем по 20 ключевым запросам;
- Увеличение количества уникальных посетителей сайта не менее чем на 30%;
- Снижение показателя отказов на сайте не менее чем на 15%;
- Прирост количества обратных ссылок не менее чем на 20%;
- Увеличение времени, проведенного пользователями на сайте, не менее чем на 25%;
- Увеличение числа страниц, просматриваемых за одно посещение, не менее чем на 20%;
- Прогнозируемый прирост узнаваемости бренда (согласно данным аналитики сайта и социальных опросов): не менее 15%.

Показатели активности будут оцениваться по данным аналитических систем, таких как Google Analytics и Яндекс.Метрика, а также по отчетам Поставщика.

### **3.4. ПРОДВИЖЕНИЕ В YOUTUBE:**

Ежемесячная настройка и запуск платных способов продвижения на YouTube:

- Настройка рекламной кампании, форматов рекламы и видов таргетинга, сбор аналитики;
- Форматы рекламы: Баннерная реклама, TrueView In-Stream/TrueView for Action/TrueView Video Discovery/Bumper Ads 6;
- Настройка Таргетинга: Ретаргетинг, Ключевые слова, Социально демографический, Аудиторный таргетинг и темы, Тематические каналы;

С момента заключения договора и до 20 декабря 2024 года необходимо обеспечить активность на аккаунте Заказчика в количестве не менее **300000 просмотров/взаимодействий** с продвигаемыми материалами.

### **3.5. НАСТРОЙКА ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В LINKEDIN:**

Ежемесячная настройка и запуск таргетированной рекламы на платформе TikTok.

Настройки:

- Социально демографические: пол, возраст, семейное положение, образование и т. д.;
- Географические: от страны до точки на карте (с точностью до 500 метров);
- Сегментирование аудитории.

С момента заключения договора и до 20 декабря 2024 года необходимо обеспечить не менее **300 000** показов рекламных материалов.

### **3.6. СОЗДАНИЕ ГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ РЕКЛАМЫ:**

Создание необходимых графических материалов для запуска рекламы:

- Формат и размеры изображения: PNG / JPEG / 1080x1080px, 1080x1920px, 1920x1080px, 1080x1350px. Могут быть исключения для особых задач.

- Эффективность креативов будет считаться по таким показателям как CTR, CPC и CRM. Договоренность по данному вопросу производить в частном порядке.

Видеокреативы заказчик реализует самостоятельно, однако требованием к исполнителю является написание сценариев/технического задания

### **3.7. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ДОСТУПА К СЕРВИСУ ФОТОСТОКА:**

Пользование сервисом для приобретения стоковых фотографий.

Доступ к сервису фотостока будет предоставляться на период действия договора. Поставщик обязуется предоставить Заказчику доступ к лицензированным изображениям для использования в коммерческих и маркетинговых целях.

Заказчик сможет использовать фотографии для различных проектов, включая рекламу, социальные сети, веб-сайты, печатные материалы и другие маркетинговые материалы.

Поставщик гарантирует, что все изображения, предоставляемые через сервис фотостока, имеют соответствующие лицензии и могут быть легально использованы Заказчиком.

Настройки и условия по согласованию или совместно с Заказчиком:

- Объем предоставляемого контента: доступ к библиотеке с не менее чем 1 000 000 изображений;
- Период обновления библиотеки: ежемесячно добавляются новые изображения;
- Форматы изображений: JPEG, PNG, и другие популярные форматы;
- Разрешение изображений: высокое качество (не менее 300 dpi для печатных материалов);
- Категории изображений: включают, но не ограничиваются, бизнес, природа, технологии, люди, еда, архитектура и другие;
- Возможность поиска и фильтрации изображений по ключевым словам, категориям, цветовой гамме и другим параметрам.

С момента заключения договора и до 20 декабря 2024 года необходимо обеспечить следующие показатели:

- Доступ к фотобанку 24/7, без перебоев в работе сервиса;
- Оперативная поддержка и помощь при возникновении вопросов или проблем с доступом;
- Ограничение по количеству скачиваний в месяц – 10 изображений.

## **4. Условия оказания услуг**

4.1. За период действия договора Исполнитель обязуется запустить не менее 50 рекламных кампаний;

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 показателями раздела №3 для дальнейшего согласования с Заказчиком в течение 2 (двух) рабочих дней с даты подачи заявки со стороны Заказчика.

- 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 ежемесячно или по запросу Заказчика по количеству достижения показателей согласно медиа-плану 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 и онлайн отчет МЕТА.
- 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. Услуги должны быть оказаны с даты заключения договора по 20.12.2024 г.
- 4.15. Оплата услуг осуществляется на основе ежемесячного отчета и смете расходов за минусом процента авансового платежа.

## **5. 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.