

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на оказание услуг по позиционированию и продвижению услуг

1. Общие положения

1.1. Предмет: оказание услуг по позиционированию и продвижению услуг, а именно проведение таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте» и контекстной рекламы в системе Яндекс.Директ услуг Получателя поддержки (кафе с функцией доставки еды) (далее – услуги).

1.2. Цель: информирование целевой аудитории об услугах Получателя поддержки с помощью таргетированной и контекстной рекламы.

1.3. Заказчик: Кировский областной фонд поддержки малого и среднего предпринимательства (микrokредитная компания).

1.4. Получатель поддержки: субъект малого и среднего предпринимательства, участник кластера пищевой промышленности Кировской области, которому Заказчиком оказывается содействие в популяризации продукции.

1.5. География проведения таргетированной и контекстной рекламы: г. Киров, Кировская область.

1.6. Стоимость услуг включает оплату услуг Исполнителя, предусмотренных настоящим техническим заданием, в том числе настройку рекламной кампании и рекламный бюджет. Распределение рекламного бюджета в зависимости от системы размещения таргетированной или контекстной рекламы Исполнитель согласовывает с Заказчиком с учетом необходимости достижения Исполнителем результатов рекламной кампании, установленных в настоящем техническом задании.

1.7. Страница Получателя поддержки в социальной сети «ВКонтакте»: <https://vk.com/suvlakirov>.

Сайт Получателя поддержки: <https://suvlaki-kirov.ru/>

2. Содержание и объем услуг по проведению таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте»

2.1. Создание рекламно-информационных материалов об услугах Получателя поддержки для проведения таргетированной рекламы (рекламных постов/объявлений) в количестве не менее 30 штук и согласование с Получателем поддержки. По требованию Получателя поддержки Исполнитель вносит правки в проекты рекламно-информационных материалов. Тексты объявлений, дизайн рекламно-информационных материалов должны быть предварительно согласованы с Получателем поддержки.

Информацию и исходные материалы для создания рекламно-информационных материалов предоставляет Получатель поддержки.

2.2. Определение Исполнителем целевой аудитории для настройки таргетированной рекламы в социальной сети.

Исполнитель проводит анкетирование представителя Получателя поддержки с целью сбора информации о продукции, конкурентных преимуществах, выстраивания портрета потенциальных покупателей (целевой аудитории).

Перед размещением таргетированной рекламы в социальной сети целевая аудитория согласовывается с Получателем поддержки.

2.3. Размещение, настройка и сопровождение таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте» Исполнителем на площадке VK Реклама.

2.3.1. Выставление параметров показов. Тестирование.

2.3.2. Настройка объявлений на целевую аудиторию, географии показов.

2.3.3. Размещение рекламно-информационных материалов в социальной сети.

2.3.4. Прохождение модерации.

2.3.5. Назначение и контроль ставки, анализ эффективности.

2.3.6. Мониторинг бюджета рекламы.

2.3.7. Установление лимитов рекламной кампании (при необходимости).

2.4. Исполнитель обеспечивает максимально эффективное использование выделенного бюджета за счёт использования всех возможных настроек.

2.5. Исполнитель взаимодействует с технической поддержкой социальных сетей при ошибках системы (в т.ч. массовых), по вопросам обслуживания, работы различных рекламных инструментов.

2.6. Исполнитель еженедельно предоставляет Получателю поддержки отчет включающий сведения об: охвате, количестве показов, количестве переходов, цене за показ/переход, периоде действия рекламы, израсходованном бюджете и остатках, данных об аудитории, а также по запросу Получателя поддержки предоставляет доступ в рекламный кабинет социальной сети для просмотра статистики рекламной кампании.

2.7. Исполнитель разрабатывает рекомендации по дальнейшему повышению эффективности кампании (подключение дополнительных инструментов, корректировка рекламной стратегии).

2.8. Исполнитель по инициативе Получателя поддержки или по собственной инициативе вправе внести изменения в рекламную кампанию по согласованию с Получателем поддержки, в том числе: назначить корректировку ставок по различным параметрам (тип устройства, время показа, товарные группы и пр.), перераспределять рекламный бюджет на оплату показов, переходов на контекстную рекламу (при необходимости), вносить изменения в целевую аудиторию (при необходимости).

2.9. Исполнитель сопровождает рекламную кампанию до достижения конечных результатов.

2.10. Результаты таргетированной рекламы:

2.10.1. Количество показов рекламных постов/объявлений в социальной сети «ВКонтакте» не менее 300 000 показов.

2.10.2. Количество переходов на страницу Получателя поддержки в социальной сети «ВКонтакте» или на сайт Получателя поддержки (по согласованию с Получателем поддержки) не менее 1500 переходов.

2.11. Рекламная кампания может быть приостановлена Исполнителем по согласованию с Получателем поддержки в целях достижения равномерного расходования рекламного бюджета.

3. Содержание и объём услуг по проведению рекламной кампании в системе контекстной рекламы Яндекс.Директ

3.1. Создание Исполнителем рекламно-информационных материалов (рекламных постов, текстов объявлений, изображений) об услугах Получателя поддержки для проведения контекстной рекламы в количестве не менее 5 штук. По требованию Получателя поддержки Исполнитель вносит правки в проекты рекламно-информационных материалов. Тексты объявлений, дизайн рекламно-информационных материалов должны быть предварительно согласованы с Получателем поддержки.

Информацию и исходные материалы для создания рекламно-информационных материалов предоставляет Получатель поддержки.

3.2. Определение Исполнителем целевой аудитории для настройки контекстной рекламы в системе Яндекс.Директ.

Исполнитель проводит анкетирование представителя Получателя поддержки с целью сбора информации о продукции, конкурентных преимуществах, выстраивания портрета потенциальных покупателей (целевой аудитории).

Перед размещением контекстной рекламы в системе Яндекс.Директ целевая аудитория согласовывается с Получателем поддержки.

3.3. Формирование Исполнителем семантического ядра (ключевых слов) от 50 до 100 шт. Перечень ключевых запросов (минус-слов) для продвижения продукции Исполнитель согласовывает с Получателем поддержки до начала рекламной кампании.

3.4. Настройка рекламной кампании:

3.4.1. Разработка рекламно-информационного материала: составление текстов объявлений и информационной составляющей Яндекс РСЯ; настройка объявлений на целевую аудиторию;

3.4.2. Написание расширенных текстов объявлений и заголовков, разработка ключевых фраз. Стороны под ключевыми словами понимают не только ключевые слова, предложенные Исполнителем и согласованные с Заказчиком, но и все формы соответствующих слов (в различных падежах и/или числах) и их вариации (включая опечатки, написание в латинице и др.), а если ключевое слово состоит из нескольких слов (фразы), то ключевым словом считается любая последовательность соответствующих слов;

3.4.3. Настройка геолокации. Продвижение направлено на целевую аудиторию в регионах, указанных в п. 1.5 настоящего технического задания;

3.4.4. Выставление параметров показов. Тестирование;

3.4.5. Подбор быстрых ссылок, настройка уточнений;

3.4.6. Назначение и контроль ставки, анализ эффективности;

3.4.7. Настройка А/Б-теста.

3.5. Настройка целей в Яндекс.Метрике (5 шт.).

3.6. Исполнитель обеспечивает максимально эффективное использование выделенного бюджета за счёт использования всех возможных настроек.

3.7. Исполнитель взаимодействует с технической поддержкой «Яндекс» при ошибках системы (в т.ч. массовых), по вопросам обслуживания, работы различных рекламных инструментов.

3.8. Исполнитель еженедельно предоставляет Получателю поддержки отчет, включающий сведения об: охвате, количестве показов, количестве переходов, цене за показ/переход, периоде действия рекламы, израсходованном бюджете и остатках, данных об аудитории, а также по запросу Получателя поддержки предоставляет доступы в рекламные кабинеты для просмотра статистики рекламной кампании.

3.9. Исполнитель проводит анализ эффективности рекламной кампании, в том числе: оценку результатов А/ Б – тестирования, отключение неэффективных элементов, подготовка и запуск нового А/ Б – теста (циклично).

3.10. Исполнитель разрабатывает рекомендации по дальнейшему повышению эффективности кампании (подключение дополнительных инструментов, корректировка рекламной стратегии).

3.11. Исполнитель по инициативе Получателя поддержки или по собственной инициативе вправе внести изменения в рекламную кампанию по согласованию с Получателем поддержки, в том числе: назначить корректировку ставок по различным параметрам (тип устройства, время показа, товарные группы и пр), перераспределять рекламный бюджет на оплату показов, переходов на таргетированную рекламу (при необходимости), вносить изменения в целевую аудиторию (при необходимости).

перераспределять рекламный бюджет на оплату показов, переходов между социальными сетями или на контекстную рекламу (при необходимости)

3.12. Исполнитель сопровождает рекламную кампанию до достижения конечных результатов.

3.13. Результаты контекстной рекламы:

3.13.1. Количество показов рекламных постов/объявлений в системе Яндекс.Директ не менее 150 000 показов.

3.13.2. Количество переходов на сайт Получателя поддержки не менее 600 переходов.

3.13.3. Добавление ретаргетинговой составляющей в системе РСЯ (дополнительно): не менее 80 000 показов рекламных постов/объявлений, не менее 500 переходов на сайт Получателя поддержки.

3.14. Рекламная кампания может быть приостановлена Исполнителем по согласованию с Получателем поддержки в целях достижения равномерного расходования рекламного бюджета.

4. Требования к оказанию услуг

4.1. Услуги оказываются в соответствии с условиями настоящего технического задания, а также в соответствии с действующими нормами, стандартами и правилами оказания данного вида услуг.

4.2. Оказание услуг осуществляется в соответствии с требованиями: Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Федерального закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе»; Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

5. Порядок сдачи-приемки услуг

5.1. Сдача оказанных услуг оформляется актом сдачи-приемки оказанных услуг.

5.2. По окончании оказания услуг по проведению таргетированной и контекстной рекламы Исполнитель предоставляет Заказчику и Получателю поддержки:

- итоговый отчёт с выгрузкой статистически данных из рекламных кабинетов;
- макеты рекламно-информационных материалов (рекламных постов/объявлений), размещенных в социальной сети и скриншоты аккаунта в социальной сети на момент заключения договора и на момент окончания оказания услуг;
- макеты рекламно-информационных материалов (рекламных постов/объявлений), размещенных в системе контекстной рекламы.