**Техническое задание**

г. Москва 12 августа 2024 г.

Холдинг Т1 настоящим объявляет о проведении RFP— запроса предложений и приглашает юридических лиц подавать свои предложения для заключения договора по сопровождению Мероприятия в соответствии с описанием и спецификацией.

1. **О компании**

**Т1** – многопрофильный холдинг, один из лидеров российского ИТ-рынка, является партнером ключевых производителей и разработчиков в сфере информационных технологий. Компании холдинга начинают историю с 1992 года. В штате — 23 тысячи сотрудников. В 2023 году выручка холдинга составила 222,9 млрд рублей с НДС. По версии аналитических агентств CNews Analytics, TAdviser и RAEX, Т1 входит в топ-3 крупнейших российских ИТ-компаний.

Т1 предоставляет полный спектр ИТ-услуг для реализации высокотехнологичных проектов с учетом отраслевой специфики заказчиков. В состав холдинга входят бизнес-направления «Иннотех» (Т1 Иннотех, Мультикарта), «Искусственный интеллект» (Т1 ИИ), «Сервионика» (Т1 Сервионика), «Интеграция» (Т1 Интеграция, Т1 Облако), «Радиоэлектроника» и вендор НОТА от Т1. Они обладают профессиональной экспертизой в области разработки ПО, системной интеграции, Big Data и машинного обучения, облачных сервисов, информационной безопасности, консалтинга, сервисной поддержки и аутсорсинга, процессинга, дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ). Компетенции холдинга позволяют проектировать и реализовывать комплексные проекты в области цифровой трансформации для заказчиков любой отрасли, уровня развития инфраструктуры и масштаба. Также у холдинга есть собственный образовательный сервис для подготовки квалифицированных ИТ-кадров – Т1 Цифровая Академия.

Среди заказчиков Т1 – государственные структуры и крупнейшие компании ключевых отраслей экономики: операторы связи, финансовые организации, промышленные, топливно-энергетические, транспортные и торговые предприятия.

Подробнее: [t1.ru](https://t1.ru/).

1. **Описание проекта**

Импульс Т1 (Подробнее: <https://impulse.t1.ru/>) — серия технологических конференций Холдинга Т1 в городах присутствия, которая собирает несколько сотен человек в каждом городе и несколько тысяч на финале в Москве. Проводится третий год подряд.

«Импульс Т1» состоит не только из докладов и деловой программы, но и включает питчи перед топ-менеджерами крупнейших компаний, «антиконференцию» с брейнштормом и обсуждением наболевших вопросов отрасли, большую неформальную программу и нетворкинг.

Ранее событие проводилось с фокусом на текущих сотрудников — «Импульс Т1» был призван познакомить и объединить коллег и команды из разных регионов. В этом году «Импульс Т1» будет в два раза больше, большой упор на работу с молодежью: студентами, молодыми специалистами и даже школьниками.

Импульс Т1 в 2024 году в регионах будет проходить по два дня в каждом городе и включит в себя полноценный 24-часовой хакатон с задачами от специалистов и партнеров холдинга. Аудитория хакатона – студенты старших курсов, молодые специалисты. Холдинг предлагает им решить задачи, ставить которые будут специалисты и партнеры Т1. Второй день регионального мероприятия включает награждение победителей хакатона и научно-популярную конференцию.

В программу Нижнего Новгорода вписано пресс-мероприятие с участием журналистов федеральных СМИ, в рамках которого холдинг познакомит их с ключевыми спикерами, продуктами и партнерами. Нижегородский ИТ-парк «Неймарк» стал официальным партнером проведения мероприятия в Нижнем Новгороде. Событие станет знаковым для региона и будет способствовать формированию правильной среды для развития талантливой молодежи.

Программа и аудитория московского «Импульса Т1» будет отличаться. Финал серии ориентирован на деловую аудиторию.

1. **Креативная концепция мероприятия**

Миссия Холдинга Т1 в рамках «Импульса» — возрождение российской инженерной школы, и в прошлом году креативная концепция строилась на вдохновляющих достижениях российских инженеров.

В этом году участники «Импульса» — Инженеры больших идей. Это не просто технари, а осознанные творцы, профессионалы с развитыми мета-навыками, способные создавать гениальные идеи. Ведь только на стыке разных дисциплин рождаются поистине новаторские идеи, лежащие в основе технологий будущего и укрепляющие технологический суверенитет страны.

«Импульс» как побудительная энергия, которая запустит движение для новых идеи и свершений.

Идея находит выражение и в визуальной концепции мероприятия — ее главной темой станет кинетическое искусство. Подвижные и изменчивые объекты, трансформация как художественная форма.

1. **Даты и города проведения**

**Минск**, 13 сентября

**Ижевск**, 22–23 сентября

**Нижний Новгород**, 6–7 октября

**Самара**, 27–28 октября

**Санкт-Петербург**, 17–18 ноября

**Москва**, 28 и 29 ноября.

1. **Тайминг**

**Региональные события (***Во всех городах, кроме Минска, мероприятие проходит два дня):*

**Первый день: хакатон 24 часа, 100 участников в каждом городе, которые делятся на команды по 5-7 человек**

10:00 первого дня, старт хакатона.

10:00 второго дня участники хакатона завершают работу над задачами.

10:00 – 11:30 презентация решений.

11:30 – 12:30 жюри обсуждают решения участников.

12:30 – награждение победителей хакатона.

**Мероприятие для прессы в рамках «Импульса» в Нижнем Новгороде:**

* В первый день конференции пресс-завтрак журналистов (федеральные и региональные) с топ-менеджерами холдинга;
* Во второй день -- участие журналистов в конференции и неформальной вечерней программе мероприятия.

**Второй день: конференция (длительность, кол-во участников, аудитория)**

10:00 – бизнес-завтрак участников конференции.

11:30 – 12:30 – начало деловой программы, два трека в параллели.

12:30 – награждение победителей хакатона на главной сцене.

12:30 – 17:00 – продолжение деловой программы, два трека в параллели.

17:00 – 18:30 – «Вечерние грабли»: ИТ-стендап с разбором сложностей и фейлов в разработке.

18:30 – 22:00 – вечеринка.

**Событие в Москве:**

* Первый день: хакатон (24 часа)
* Второй день: конференция с представителями крупного бизнеса и передовых ИТ-компании России с 3 треками деловой программы.
* Выступление спикеров: эксперты и ИТ-специалисты крупных компаний;
* Финал хакатона (награждение победителей региональных этапов);
* Старт Национальной олимпиады по ИИ для школьников;
* Сессия Data Fusion Contest;
* Вечерние грабли (рассказы сотрудников о своих неудачах в формате stand-up);
* Всероссийская премия для вузов с инженерными направлениями. Совместно с проектом «Передовые инженерные школы».

1. **Описание целевой аудитории мероприятия**

**Участники хакатона:**

* Выпускники вузов, middle и senior специалисты в возрасте от 18 лет до 35 лет.
* ИТ-специалисты (ИБ, разработчики, тестировщики, аналитики и др.): мужчины и женщины, от 25 лет, опыт работы в ИТ более 2-х лет.
* Студенты и молодые специалисты (студенты и выпускники ИТ- и физико-математических специальностей, которые планируют работать/работают в любом ИТ-направлении: мужчины и женщины, до 25 лет).

Сотрудники холдинга не участвуют.

**Участники конференции:**

* Для регионов: Сотрудники холдинга и молодые специалисты из города проведения и ближайших регионов, партнеры, представители вузов, городской и региональной власти, ИТ-сообществ, технологических кластеров/ИТ-парков;
* Для Москвы: Представители крупного бизнеса, опытные ИТ-специалисты, партнеры, представители вузов, органов власти, ИТ-сообществ, технологических кластеров/ИТ-парков, участники экосистемы ВТБ.

1. **Цели и задачи проекта**

**Цель**: **Разработка и реализация PR-кампании (далее – Кампания) по продвижению серии конференций «Импульс Т1», HR-бренда и ключевых сообщений Холдинга Т1.**

**Задачи:**

**Поддержка региональных событий:**

1. разработка и реализация медиаплана по дистрибуции Кампании в СМИ, включая разработку, написание и дистрибуцию инфоповодов, статей, постов, репортажей и прочих PR-текстов и форматов, необходимых для реализации утвержденной PR-стратегии, а именно:
   * + запуск спецпроектов в СМИ, блогах и новых медиа, включая разработку, подготовку, написание и контроль размещения (коммуникацию с площадками);
     + работа с релевантными региональными СМИ, новыми медиа и блогерами, включая разработку инфоповодов и форматов материалов, подготовку пресс-материалов, коммуникацию и координацию выходов, для освещения события среди ЦА и дистрибуции инфоповодов события;
     + составление списка региональных СМИ с контактами редакций и журналистов и приглашение представителей редакций на мероприятие, координация процесса, генерация редакционных публикаций по итогам; список СМИ с контактами журналистов передается заказчику;
     + организация пресс-туров СМИ из близлежащих регионов в города проведения Ижевск, Самара, организация пресс-туров в Нижний Новгород и Санкт-Петербург с участием федеральных и региональных журналистов, включая трансфер, проживание, составление программы, выбор площадки, приглашение, коммуникацию, координацию журналистов-гостей мероприятия до, во время и после мероприятия;
     + подготовка, редактура PR-текстов в рамках поддержки события: пресс-релизы, интервью, комментарии, статьи, посты и прочие форматы, необходимые для реализации медиаплана;
     + оценка эффективности, управление процессом с нацеливанием на качественный результат, промежуточная и финальная отчетность;
     + подготовка отчетных документов по итогам региональных событий с указанием результатов, KPI в формате презентаций pptx в шаблоне заказчика.

**Поддержка финала конференции в Москве:**

1. разработка и реализация медиаплана по дистрибуции Кампании в СМИ, включая разработку, написание и дистрибуцию инфоповодов, статей, постов, репортажей и прочих PR-текстов и форматов, необходимых для реализации утвержденной PR-стратегии, а именно:
   * + запуск спецпроектов в СМИ, блогах и новых медиа, включая разработку, подготовку, написание и контроль размещения;
     + составление списка федеральных, деловых и технологичных СМИ с контактами редакций и журналистов и инициирование приглашения представителей редакций на мероприятие, координация процесса, генерация редакционных публикаций по итогам. Список СМИ с контактами журналистов передается заказчику;
     + работа с релевантными федеральными, отраслевыми и технологичными СМИ, новыми медиа и блогерами, включая разработку инфоповодов, подготовку пресс-материалов, коммуникацию и координацию выходов, для освещения события среди ЦА и дистрибуции инфоповодов события;
     + координация работы представителей медиа на площадке события;
     + координация коммерческих размещений в СМИ, блогах, новых медиа;
     + подготовка PR-текстов в рамках поддержки события: пресс-релизы, интервью, комментарии, статьи, посты и прочие форматы, необходимые для реализации медиаплана;
     + оценка эффективности, промежуточная и финальная отчетность;
     + подготовка отчетных документов по итогам события с указанием результатов, KPI в формате презентаций pptx в шаблоне заказчика.

**Разработка и реализация креативных активаций и спецпроектов для разных каналов, а именно:**

* + - разработка и реализация креативных активаций в городской среде в регионах и Москве с потенциалом виральной дистрибуции в региональном инфополе, включая разработку креативной концепции и ее реализации, а также обеспечение PR-поддержки активности в медиа;
    - разработка и реализация события для прессы в рамках этапа в Нижнем Новгороде, включая разработку программы мероприятия, организацию, координацию и сопровождение;
    - оценка бюджета;
    - оценка эффективности, промежуточная и финальная отчетность;
    - подготовка отчетных документов по итогам проектов в регионах и Москве с указанием результатов, KPI в формате презентаций pptx в шаблоне заказчика.

1. **Координация проекта и отчетность**:
   * + регулярные встречи согласно таймингу Заказчика с другими командами для синхронизации действий, подготовка статусов и отчетности;
     + адаптация разработанного плана PR-проектов в случае недостижения поставленных KPI.
2. **Коммуникационные цели:**
   * + Повышение узнаваемости бренда работодателя и создание положительного имиджа среди ЦА в регионах проведения конференции «Импульс Т1».
     + Широкое освещение конференции, формирование знания и позитивного имиджа холдинга и события в городах проведения мероприятия.
     + Обеспечение виральности, эффекта «сарафанного радио» среди ЦА по Мероприятию для увеличения охвата аудитории с помощью креативных кампаний и партнерств с локальными брендами.
     + Обеспечение упоминаний и инициирование нативных/органических публикаций о мероприятии целевыми СМИ и/или новыми медиа и лидерами мнений, релевантными для ЦА, в позитивном и/ или нейтральном ключе.
     + Привлечение внимания ЦА к бренду Заказчика, обеспечение запоминаемости бренда и ключевых сообщений, транслируемых Заказчиком.
3. **Сроки**

Старт подготовительного этапа: 25.08.2024-01.09.2024

Поддержка событий:

* **Минск**, 13 сентября: с 20.08.2024 (анонсирующая кампания) до сопровождения последних публикаций по инфоповоду в регионе;
* **Ижевск**, 22–23 сентября: с 26.08.2024 (анонсирующая кампания) до сопровождения последних публикаций по инфоповоду в регионе;
* **Нижний Новгород**, 6–7 октября: с 16.09.2024 (анонсирующая кампания) до сопровождения последних публикаций по инфоповоду в регионе;
* **Самара**, 27–28 октября: с 01.10.2024 (анонсирующая кампания) до сопровождения последних публикаций по инфоповоду в регионе;
* **Санкт-Петербург**, 17–18 ноября: с 28.10.2024 (анонсирующая кампания) до сопровождения последних публикаций по инфоповоду в регионе;
* **Москва** 22-23 ноября: с 05.11.2024 (анонсирующая кампания) до сопровождения последних публикаций по инфоповоду в регионе.

Период пост-активностей: с даты проведения мероприятия – до отработки последней релевантной коммуникации и/ или комментария в соцсетях, связанного с последним событием мероприятия.

1. **Объем работ в рамках RFP**

**Разработка стратегии продвижения и плана коммуникаций с учетом целей и задач проекта, указанных в п.3 настоящего RFP, включая следующие обязательные элементы/этапы:**

* изучение конкурентной среды и инфополя на предмет востребованных площадок, инфоповодов и контекста, актуальных для аудитории конференции, изучение инсайтов медиапотребления и локального контекста, выработка рекомендаций для стратегии продвижения Мероприятия Заказчика с учетом проведенного анализа, целей и задач Заказчика и инсайтов аудитории.
* создание плана коммуникаций с детализацией по городам, инструментарию, предпочтительным каналам и площадкам, разбивкой по каналам и KPI, форматам активностей для эффективного взаимодействия с релевантными сегментами ЦА и достижения целей и задач проекта на трех этапах Кампании: анонсирующая информационная кампания до мероприятия, освещение ключевых событий мероприятия в период его проведения, пост-активности после завершения мероприятия до отработки последней релевантной коммуникации, связанной с Мероприятием. План коммуникаций должен включать (но не ограничиваться):
* перечень целевых каналов для Кампании и площадок в СМИ и/или новых медиа и форматов коммуникаций в предлагаемых каналах и площадках применительно к каждому городу и каждому из этапов Кампании, указанных выше (СМИ, коммуникационные партнеры, соцсети, телеграм-каналы и пр.);
* список релевантных площадок (tg, vk) профессиональных, отраслевых и образовательных сообществ и других партнеров;
* предложения по лидерам мнений для ЦА и/или агентам влияния среди ЦА для последующего размещения в их каналах/группах/блогах в соцсетях постов соответствующего содержания для привлечения внимания и расширения информированности ЦА о Мероприятии;
* разработка креативных идей для коммуникационных проектов в рамках проводимой Кампании;
* создание медиаплана (по каждому городу мероприятия) согласно утвержденной стратегии и плану коммуникаций.

**Реализация медиаплана должна включать в себя (но не ограничиваться):**

* Инициирование публикаций и подготовка текстовых материалов для обеспечения выхода материалов в СМИ различных форматов: статьи, экспертные колонки, обзоры, интервью, а также любые материалы, которые гарантируют выход редакционных публикаций:
* расширенных редакционных публикаций в целевых СМИ с упоминанием экспертизы и проектов Заказчика, бизнес-направлений, спикеров и отдельных, в том числе партнерских проектов от имени спикеров Заказчика или его партнеров/клиентов;
* под расширенными публикациями понимаются интервью, авторские колонки, статьи, обзоры, ревью, репортажи. В услугу входят: разработка темы, расширенного плана материала, подбор площадки для размещения, питчинг и переговоры с редакциями, сбор фактуры, копирайтинг.
* Работа с информационными поводами Заказчика (до 15 пресс-релизов pа весь период проекта):
* сбор информации у Заказчика, формирование списка информационных поводов, выявление значимых и выбор формата отработки информационного повода в части представленности новости СМИ;
* написание текстов пресс-релизов;
* предложение значимых инфоповодов редакциям, инициирование заметок в медиа по итогам значимых инфоповодов, коммуникация с редакцией, подача информации с учетом интересов Заказчика и с учетом формата издания;
* рассылка пресс-релизов по заранее согласованной с заказчиком базе СМИ (под запрос Заказчика);
* размещение новостей на интеграторах новостей, релизоприемниках;
* подготовка аналитики по итогам выхода новостей – выгрузка данных из системы мониторинга СМИ «Медиалогии», предоставление отчета с указанием МИ и количества сообщений по итогам дистрибьюции новостей Заказчика
* создание необходимого контента, предполагаемого Кампанией: написание текстов, подготовка визуальных материалов, и прочих коммуникационных материалов, предусмотренных концепцией и медиапланом;
* Инициирование и менеджмент коммерческих публикаций, включающий разработку креативных концепций коммуникационного проекта, планирование, менеджмент и реализацию специальных контентных проектов в СМИ по запросу Заказчика.
* сопровождение в день проведения каждого мероприятия, включая работу с представителями СМИ и новых медиа, организацию фото- и видеосъемки для создания контента для дальнейших посевов в соцсетях, новых медиа и целевых СМИ в рамках Кампании;
* стратегическое и тактическое консалтинговое сопровождение Заказчика (в форме устных консультаций, сессий, звонков, а также подготовки письменных предложений, в т.ч. текстовых документов и презентаций в Microsoft Power Point) по проведению кампании, включая выбор оптимальных подходов к реализации данного проекта в течение всего срока оказания услуг в согласованных с Заказчиком форматах;
  + - организация пресс-туров СМИ из близлежащих регионов в города проведения Ижевск, Самара, организация пресс-туров в Нижний Новгород и Санкт-Петербург с участием федеральных и региональных журналистов, включая трансфер, проживание, составление программы, выбор площадки, приглашение, коммуникацию, координацию журналистов-гостей мероприятия до, во время и после мероприятия;
  + Создание концепции креативного спецпроекта, коллаборации, партнерства. Включает разработку идеи, реализацию.

**Оценка эффективности и отчётность**

* Оказание информационно-аналитических услуг по мониторингу СМИ и соцсетей на предмет выявления любых сообщений и упоминаний о Мероприятии и компании Заказчика в контексте проведения Мероприятия.
* Дважды в неделю предоставление промежуточной статистики в формате таблицы по каждому мероприятию и по всей кампании с разбивкой по каналам и показателями (показатели и формат отчетности оговариваются Заказчиком и Исполнителем).
* По каждому мероприятию предоставление подробной отчетности в формате таблицы с разбивкой по каналам и показателями, показатели и формат отчетности оговариваются Заказчиком и Исполнителем.
* По итогу реализации проекта Исполнитель готовит полный отчет об итогах реализации проекта с описанием проделанных работ, итогов Кампании и достигнутых KPI, показатели и формат отчетности оговариваются Заказчиком и Исполнителем, ключевых выводов и рекомендаций. Отчет формируется в формате презентации ppt в корпоративном шаблоне Заказчика и предварительно согласуется с Заказчиком по электронной почте.

1. **Дополнительная информация о Мероприятии для разработки PR-стратегии**

Атрибуты и ценности бренда Мероприятия:

* характер бренда: Гибкость подхода, нестандартность мышления, нацеленность на амбициозные задачи, открытость к диалогу, возможность быть услышанным;
* функциональные преимущества бренда: Возможность попробовать свои силы в реальных задачах холдинга и партнеров, окунуться с атмосферу работы в холдинге, выступить с докладом, презентовать свою идею топ-менеджерам и экспертам ведущего российского ИТ холдинга;
* эмоциональные преимущества бренда: Ощущение сопричастности к большому, инновационному бренду, масштабным проектам, передовым продуктам, и, главное, сообществу креативных и амбициозных инженеров новой волны;
* ценности бренда рациональные: Экспертиза, прикладные задачи, разбор конкретных кейсов;
* ценности бренда эмоциональные: Сообщество, драйв, амбиции;
* Tone of voice: обращение на «ты», позитивная тональность, не используем политический и религиозный контекст.

1. **Ожидаемый ответ на RFP**

Предложение должно включать:

* Подтверждение положений и условий RFP
* Указание возможности агентства выполнять весь потенциальный объем работ
* Информация о компании с примерами работ по аналогичным задачам, а именно: наличие релевантных практик внутри агентства: креатив, digital, PR, региональное/федеральное продвижение.
* Предоставляется в виде портфолио в формате ppt/pdf c обязательным указанием года реализации

проекта, наименования компании-заказчика, краткого описания задачи и финального результата с приложением ссылок, иллюстраций и др. материалов, визуализирующих результаты работ.

* Описание проектной команды (с указанием ФИО, функционала в рамках указанных задач, опыта работы и портфолио реализованных кейсов заявленных участников команды).
* Подготовить предложение, описывающее креативный подход к реализации проекта и содержащее стратегию и коммуникационный план для продвижения Мероприятия в одном из регионов (Нижний Новгород).

Предложение должно соответствовать целям и задачам, указанным в рамках настоящего RFP, и включать:

1) концепцию мероприятия во всех городах;

2) разработку креативной идеи информационного освещения мероприятия в Нижнем Новгороде;

3) подбор видов каналов для информационного освещения мероприятия в Нижнем Новгороде с примерами;

4) подбор формы/инструментов дистрибуции информации о мероприятии с примерами;

5) подборка локальных лидеров мнений и форматов их участия в коммуникационном сопровождении;

6) не менее 4 вариантов охватных и виральных спецпроектов / партнерств / коллабораций / инфоповодов и пр.;

7) текст новости для СМИ и ТГ-поста, анонсирующих мероприятие. Кроме того, в материале должен быть представлен анализ местного рынка СМИ, информационного поля, связанного с ИТ-индустрией и подобными Импульсу Т1 активностями.

* Подготовить смету на реализацию проекта по форме КП.

1. **Бюджет проекта**

Бюджет за проект – 10 000 000 рублей (регионы и Москва): не более 60% из суммы - рекламный бюджет