Техническое задание

г. Москва 25 сентября 2023 г.

*Любая информация, содержащаяся в настоящем документе, признается конфиденциальной (за исключением информации, которая не может признаваться конфиденциальной на основании закона).*

*Убытки, наступившие в результате нарушения конфиденциальности, определяются и возмещается в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.*

1. О компании

Холдинг Т1 <https://t1.ru/>. Многопрофильный холдинг, один из лидеров российского ИТ-рынка, является партнером ключевых мировых и отечественных производителей и разработчиков.

Многопрофильный холдинг, один из лидеров российского ИТ-рынка, является партнером ключевых мировых и отечественных производителей и разработчиков. Компании группы начинают историю с 1992 года. Компании группы предоставляют полный спектр ИТ-услуг для реализации высокотехнологичных проектов с учетом отраслевой специфики заказчиков. В состав холдинга входят компании Т1 Интеграция, НОТА, Т1 Cloud, Иннотех, Дататех, МультиКарта и Сервионика. Они обладают профессиональной экспертизой в области системной интеграции, консалтинга, разработки ПО на заказ, Big Data и машинного обучения, информационной безопасности, роботизации рутинных операций, процессной аналитики Process Mining, Интернета вещей. Компетенции группы позволяют разрабатывать концепцию, проектировать и реализовывать комплексные проекты в области цифровой трансформации для заказчиков любой отрасли, уровня развития инфраструктуры и масштаба. Среди заказчиков Т1 — государственные структуры и крупнейшие компании ключевых отраслей экономики: операторы связи, финансовые организации, промышленные, топливно-энергетические, транспортные и торговые предприятия.

Ключевые направления деятельности Заказчика:

[Автоматизация и роботизация бизнес-процессов](https://t1.ru/solutions/services/avtomatizatsiya-i-robotizatsiya-biznes-protsessov/)

[Большие данные, клиентский опыт и AI/ML](https://t1.ru/solutions/services/bolshie-dannye-klientskiy-opyt-i-ai-ml/)

[Информационная безопасность](https://t1.ru/solutions/services/informatsionnaya-bezopasnost/)

[Инженерная инфраструктура, ЦОД](https://t1.ru/solutions/services/inzhenernaya-infrastruktura-tsod/)

[Облачные сервисы](https://t1.ru/solutions/services/oblachnye-servisy/)

[Платежные решения](https://t1.ru/solutions/services/platezhnye-resheniya/)

[Промышленный инжиниринг и IoT](https://t1.ru/solutions/services/promyshlennyy-inzhiniring-i-iot/)

[Сервисы и аутсорсинг](https://t1.ru/solutions/services/servisy-i-autsorsing/)

[Сетевые и коммуникационные решения](https://t1.ru/solutions/services/setevye-i-kommunikatsionnye-resheniya/)

[Цифровой и ИТ-консалтинг](https://t1.ru/solutions/services/tsifrovoy-i-it-konsalting/)

[Управление ИТ-инфраструктурой](https://t1.ru/solutions/services/upravlenie-it-infrastrukturoy/)

[Вычислительные комплексы и хранилища данных](https://t1.ru/solutions/services/vychislitelnye-kompleksy-i-khranilishcha-dannykh/)

[Заказная разработка ПО](https://t1.ru/solutions/services/zakaznaya-razrabotka-po/)

Фирменный стиль и логотипы Холдинга Т1: <https://t1.ru/logos/>

*Более подробная информация о деятельности компании, текущем и целевом портфеле брендов в Приложении (брошюра для ПМЭФ)*

1. **Описание и предпосылки проекта**

В 2023 году было проведено обновление бренда Холдинга Т1: разработано новое позиционирование и архитектура бренда.

В начале 2024 года планируется имиджевая рекламная кампания Холдинга Т1 – первая рекламная кампания с новым позиционированием бренда.

До этого момента Холдинг Т1 не проводил охватные рекламные кампании, в основном был представлен на крупных форумах и выставках (ПМЭФ 2022, 2023, Финополис 2022, 2023, ЦИПР и др.), используя этот канал как основной для коммуникации с ЦА от имени Холдинга Т1.

*Подробнее о форматах присутствия и коммуникационных сообщениях Холдинга Т1 на выставках в Приложении*

**В рамках разработки проекта предполагается 2 задачи:**

1. Разработка медиастратегии для 1 имиджевой рекламной кампании Холдинга Т1 (**лот №1**)
2. Разработка креативной идеи для имиджевой рекламной кампании Холдинга Т1 согласно утвержденным медийной стратегии и медиаплану с продакшеном креативных материалов в 2024 году (**лот №2**).

**Лот №1**

**ТРЕБОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКА**

**к выполнению работ по разработке медийной стратегии для имиджевой рекламной кампании Холдинга Т1**

Любая информация, содержащаяся в настоящем документе, признается конфиденциальной (за исключением информации, которая не может признаваться конфиденциальной на
основании закона).
Убытки, наступившие в результате нарушения конфиденциальности, определяются и возмещается в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

1. **Цели и задачи проекта**

**Задачи проекта:**

* Разработка медийной стратегии для реализация имиджевой рекламной кампании (далее – Кампания) по продвижению Холдинга Т1.
* Цель Кампании: создать знание о компании Т1 (охватная кампания).

*NB: Более детальная информация по позиционированию и архитектуре бренда будет направлена после подписания договора и NDA.*

1. **Целевая аудитория**
2. Компании из: (с выручкой от 1 млрд. рублей)
* Финансовый сектор
* Госсектор
* ТЭК
* Сектор ТМТ
* Ритейл
* Промышленность
* ОПК
* Здравоохранение
* Образование
1. Отраслевые СМИ и широкая общественность (т.к. у компании есть планы по выходу на IPO)
2. Инвесторы
3. **Конкуренты**

Джет, IBS, Рубитех, Смарт, Систематика, Софтлайн, Ланит, Крок, Сбер, Яндекс.

1. **Объем работ в рамках RFP**

Разработка медиастратегии для имиджевой рекламной кампании Холдинга Т1 - комплексного плана продвижения в медиа с объяснением выбора и распределения сроков, продолжительности, последовательности, каналов, форматов, объемов размещения, тактик и бюджета, включая:

* анализ конкурентного поля, бенчмарк-анализ (рынок, конкуренты, сезонность и тд);
* логику выбора медиаканалов: описание форматов и тактик размещения в каждом медиа;
* рекомендации по географии и периоду и последовательности размещения в разных каналах;
* прогноз KPI по охвату: по каждому каналу и кампании в целом;
* оценку бюджета на проведение 1 РК в 2024 году;
* проверку наличия доступного инвентаря в медиа.
1. **Сроки**

Медиастратегия должна быть разработана и согласована до 15 ноября 2023 года. Срок связан с необходимостью планирования бюджета компании на 2024 год.

1. **Тестовое задание**

Презентация в формате ppt с не менее 3 актуальными трендами в медиа-коммуникациях в сегменте b2b IT компаний в мире.

1. **Ожидаемый ответ на RFP**

Ожидаемая дата получения предложения – до 11.10.2023.

Предложение должно включать (но не ограничиваться):

1. Подтверждение положений и условий RFP.
2. Указание возможности агентства выполнять весь потенциальный объем работ.
3. Портфолио агентства: информация о компании с примерами работ по аналогичным задачам с указанием количества. 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.
4. Ценовое предложение на разработку медиастратегии – всего комплекса работ, указанного в п. 4 настоящего RFP.
5. Дорожная карта проекта (таймплан подготовки и реализации проекта)
6. Выполненное тестовое задание (п.6).
7. Дополнительные предложения, релевантные целям и задачам компании, но не указанные в рамках данного запроса.
8. **Требования к участнику в составе презентации коммерческого предложения:**
	* + 1. Агентство-Участник входит в **ТОП-50 агентств** по объему медиа закупок в 2022 по версии Adindex (<https://adindex.ru/ratings/mediaservice/2023/313102/>)

**Подтверждается**: ссылкой на информацию и скриншотом со страницы размещения рейтинга, подтверждающего рейтинг участника на бланке организации с подписью и печатью.

* + - 1. Опыт оказания аналогичных услуг, связанный с объектом закупки по разработке стратегй и медиапланирования.
			2. Участник должен являться официальным подписчиком базы данных TV Index, Radio Index, Cross Web, Brand Pulse и проектов по мониторингу рекламы на телевидении, на радио, в прессе и в наружной рекламе от Mediascope Россия в 2023 году. **Подтверждается:** официальным письмом от компании Mediascope с подписью и печатью.
			3. От одной коммуникационной группы может участвовать только одно агентство.

**Приложения и дополнительная информация:**

**Приложение №1 –** продуктовый каталог Холдинга Т1

**Приложение №2 –** примеры участия Т1 на выставках

**Приложение №3 –** Корпоративный шаблон презентации Т1

**Лот №2**

**ТРЕБОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКА**

**к выполнению работ по разработке креативной идеи для имиджевой рекламной кампании Холдинга Т1**

Любая информация, содержащаяся в настоящем документе, признается конфиденциальной (за исключением информации, которая не может признаваться конфиденциальной на
основании закона).
Убытки, наступившие в результате нарушения конфиденциальности, определяются и возмещается в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

* 1. **Цели и задачи проекта**

**Задачи проекта:**

* Разработка креативной идеи для реализации имиджевой рекламной кампании (далее – Кампания) по продвижению Холдинга Т1 с последующим продакшеном в 2024 году.
* Разработка слогана под новое позиционирование Холдинга Т1.
* Цель Кампании: охватно донести позиционирование Холдинга Т1.

*NB: Более детальная информация по позиционированию и архитектуре бренда будет направлена после подписания договора и NDA и после согласования бренд-платформы.*

* 1. **Целевая аудитория**
		1. Компании из: (с выручкой от 1 млрд. рублей)
* Финансовый сектор
* Госсектор
* ТЭК
* Сектор ТМТ
* Ритейл
* Промышленность
* ОПК
* Здравоохранение
* Образование
	+ 1. Отраслевые СМИ и широкая общественность (т.к. у компании есть планы по выходу на IPO)
		2. Инвесторы
1. **Конкуренты**

Джет, IBS, Рубитех, Смарт, Систематика, Софтлайн, Ланит, Крок, Сбер, Яндекс

1. **Объем работ в рамках RFP**

**4.1 Разработка слогана и креативной идеи**

1) Разработка слогана для нового позиционирования Холдинга Т1;

2) Разработка единой креативной концепции, а также доработка одного выбранного направления креатива, включая:

* разработку креативной концепции в виде общего описания идеи (до 2-х направлений);
* разработка эскиза ключевого изображения/КВ (до 2-направлений);
* разработку синопсиса ТВ видеоролика и ОЛВ (6 сек) в рамках каждого направления (до 2-х синопсисов);
* проработку выбранного направления (до 3-х итераций);
* проработка синопсисов сценариев и ключевого изображения/КВ по комментариям (до 3-х итераций).

В стоимость должно быть включено отчуждение РИМ (одна выбранная креативная идея и синопсис для ТВ 30 сек., OLV 6 сек и скетч основного имиджа).

* 1. **Производство креативных материалов**
1. Проработка ТВ сценария (или ОЛВ 30 сек) и его монтажных версий на основе утвержденного направления и синопсиса:
* разработка сценария;
* отрисовка агентских (огурцовых) расскадровок;
* до 3-х итераций.
1. Доработка КВ на основе утвержденного направления:
* доработка эскиза;
* сборка лоуреза
* до 3-х итераций.

Без сборки хайреза, выкупа фото, проведения фотосессии, 3Д, создания иллюстраций в стоимости.

1. Разработка идеи баннерной кампании в рамках утвержденной концепции, включая:
* разработка концепции и идеи реализации для 3-х баннеров;
* до 3-х итераций.
1. Супервизирование производства 1 видеоролика его монтажных версий и 1 ОЛВ в одном пуле, включая:
* подготовку продакшн брифа;
* проведение биддинга продакшн студий;
* супервизирование процесса препродакшена и постпродакшена;
* участие в ППМ и ПреППМ, съемках (до 3 съемочных дней);
* подготовку брифа на графику и цветокоррекцию;
* постановку задачи по диктору озвучания и присутствие на сессии озвучания.

*NB: Для разработки слогана и креативной идеи будут предоставлены следующие материалы: бренд платформа и архитектура бренда Т1, медиастратегия (включая медиаплан), разработанный для имиджевой рекламной кампании*. *Медиа-стратегия и бренд-платформа будут в ноябре 2023 г.*

1. **Сроки**

Работы по разработке слогана и креатива могут быть запущены в января 2024 года.

1. **Тестовое задание**

Презентация в формате ppt с не менее 3 актуальными коммуникационными трендами с фокусом на креатив в сегменте b2b IT компаний в мире.

1. **Ожидаемый ответ на RFP**

Ожидаемая дата получения предложения – до 11.10.2023

Предложение должно включать (но не ограничиваться):

1. Подтверждение положений и условий RFP.
2. Указание возможности агентства выполнять весь потенциальный объем работ.
3. Портфолио агентства: информация о компании с примерами работ по аналогичным задачам с указанием количества. 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.
4. Ценовое предложение на разработку работ, указанных в п. 4 настоящего RFP.
5. Дорожная карта проекта (таймплан подготовки и реализации проекта)
6. Выполненное тестовое задание.
7. Дополнительные предложения, релевантные целям и задачам компании, но не указанные в рамках данного запроса.
8. **Требования к участнику** **в составе презентации коммерческого предложения:**
	* + 1. Агентство-Участник входит в **ТОП-50 агентств** в рейтинг креативности 2022 по версии АКАР в сегментах «Национальный рейтинг креативности», «Маркетинговые услуги» (<https://www.akarussia.ru/press_centre/news/id10376>)

**Подтверждается**: ссылкой на информацию и скриншотом со страницы размещения рейтинга, подтверждающего рейтинг участника на бланке организации с подписью и печатью.

* + - 1. Опыт оказания аналогичных услуг, связанный с объектом закупки.

Под опытом оказания услуг подразумевается разработка и продакшен охватных рекламных кампаний для b2b сегмента.

* + - 1. От одной коммуникационной группы может участвовать только одно агентство.

**Приложения и дополнительная информация:**

**Приложение №1 –** продуктовый каталог Холдинга Т1

**Приложение №2 –** примеры участия Т1 на выставках

**Приложение №3 –** Фирменный стиль и логотипы Группы Т1: <https://t1.ru/logos/>