**Общие положения**

**ТРЕБОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКА**

**к выполнению работ по продвижению продуктов Холдинга Т1 в Сети Интернет, размещению рекламно-информационных материалов в Сети Интернет с ориентацией на достижение запланированных перформанс-показателей (продаж, заявок и иных целевых действий на интернет-ресурсах компаний, входящих в Холдинг 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.

Заказчик: 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 холдинга начинают историю с 1992 года. Компании холдинга предоставляют полный спектр ИТ-услуг для реализации высокотехнологичных проектов с учетом отраслевой специфики заказчиков. Компании холдинга обладают профессиональной экспертизой в области системной интеграции, консалтинга, разработки ПО, Big Data и машинного обучения, информационной безопасности, роботизации рутинных операций, процессной аналитики Process Mining, Интернета вещей. Компетенции холдинга 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.

**Предмет закупки**:

Задача 1. «Стратегия». Разработка среднесрочной стратегии продвижения (от полугода до года) продуктов вендора НОТА, входящего в Холдинг Т1 в цифровых каналах и сопутствующих услуг Компании (далее – «Продукт»), включающей план-график размещений, бюджет, оцифрованный эффект от продвижения, а также контентную стратегию, примеры креативов.

Услуги по разработке стратегии потребуются не менее чем для двух продуктов – DION и НОТА ЮНИОН.

Задача 2. «Услуги». Услуги по организации рекламных кампаний, направленных на продвижение продуктов и услуг Заказчика в Сети Интернет с плановым результатом в квалифицированных лидах.

Услуги по реализации рекламных кампаний потребуются не менее чем для двух продуктов – DION и НОТА ЮНИОН.

Задача 3. «Персонал». Персонал с предварительным согласованием кандидатур с заказчиком, которые по плану будут задействованы на реализации задач 1 и 2 более, чем на 50% рабочего времени на протяжении не менее полугода.

Закупка осуществляется в отношении всех задач одновременно у одного поставщика.

**Задача 1. Стратегия**

**ТРЕБОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКА**

К разработке среднесрочной стратегии продвижения (от полугода до года) продуктов вендора НОТА в цифровых каналах и сопутствующих услуг Компании (далее – «Продукт»), включающей план-график размещений, бюджет, оцифрованный эффект от продвижения, а также контентную стратегию, примеры креативов

1. **Объем работ:**
	1. Проведение анализа документации Заказчика, опроса сотрудников Заказчика в целях сбора начальной информации для формирования стратегии продвижения Продукта (далее – «Стратегия»).
	2. Осуществление экспресс-анализа конкурентов Продуктов Заказчика, экспресс-анализа ЛПР (лиц, принимающих решения о покупке).
	3. Формирование Стратегии продвижения Продукта Заказчика в сети Интернет на срок от 6 до 12 месяцев, включающей:
		1. План график реализации Стратегии.
		2. План-график размещений.
		3. Бюджет.
		4. Требуемые человеческие ресурсы для реализации Стратегии (далее «Команда»).
		5. Оцифрованный плановый результат в квалифицированных лидах.
		6. Контентную стратегию.
		7. Примеры креативов.
	4. Набор и утверждение с заказчиком Команды реализации Стратегии, включая, но не ограничиваясь:
		1. Представление резюме потенциальных членов Команды при наличии подходящих кандидатов у Исполнителя.
		2. Организация собеседования потенциальных членов Команды с Заказчиком, представленных Исполнителем.
		3. Формирование плана на испытательный срок членам Команды и критериев его прохождения.
	5. Представление отчетности о ходе разработки и реализации Стратегии с передачей всех исходных материалов Заказчику, включая разработку и согласование шаблонов для предоставления отчетности.

**Задача 2. Услуги**

**ТРЕБОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКА**

К услугам по организации рекламных кампаний, направленных на продвижение продуктов и услуг Заказчика в Сети Интернет, с плановым результатом в квалифицированных лидах.

1. **Объем работ:**
	1. Реализация стратегии продвижения продуктов вендора НОТА в цифровых каналах.
		1. Составление плана-графика публикаций.
		2. Написание контента, включая создание документов под регистрацию (лид-магнитов).
		3. Работа в рекламных кабинетах.
		4. Создание креативов.
		5. Создание дизайнов.
		6. Утверждение краткосрочных планов, а также согласование публикаций / каналов / креативов с Заказчиком.
	2. Выработка гипотез полезности Продукта Заказчика для удовлетворения потребностей ЛПР, конечных пользователей продукта («Персон»), включая, но не ограничиваясь следующими задачами:
		1. Сбор с Заказчика внешних источников для возможных тем публикаций.
		2. Выбор наиболее эффективных каналов продвижения с целью генерации лидов.
		3. При необходимости, создание Каналов коммуникаций (посадочные страницы, страницы в социальных сетях, телеграм-каналы) с нуля.
		4. Обеспечение настроек каналов продвижения для максимизации эффекта от продвижения.
		5. Регулярный анализ активности конкурентов с целью отстраивания от их рекламных кампаний.
	3. Сбор статистической информации о квалификации лидов сотрудниками Заказчика, стоимости рекламных компаний и формулирование выводов / рекомендаций для последующего роста эффективности вложения средств Заказчиком в продвижение Продукта, а также предоставление отчетности о проведенной работе в согласованные с Заказчиком периоды (2 недели, месяц, квартал, полугодие, год), включая, но не ограничиваясь отчетами
		1. По пополняемости, утилизации и эффективности каналов;
		2. По эффективности рекламных кампаний в части:
			1. Выполнения плана в квалифицированных лидах
			2. Себестоимости лидов, юнит экономики и прочих показателей (CPA, CPM)
			3. Сравнения с рекламными кампаниями, каналами конкурентных продуктов

Под **Каналами продвижения** Продукта Заказчика следует понимать:

* Социальные сети
* Посадочные страницы или сайты
* Блоги (Дзен, Хабр итд)
* Email рассылки
* Мессенджеры
* Телеграм Каналы
* Рекламные сетки
* Контекстный поиск
* Парсинг, обогащение существующих баз контактов
* Индустриальные, ИТ и бизнес-СМИ

Данный список не является финальным и может быть дополнен релевантными каналами в зависимости от целевой аудитории каждого из продуктов

Под **Квалифицированным лидом** следует понимать контактное лицо, давшее согласие на коммуникацию с ним и обладающее следующими характеристиками:

* Наличие лица, принимающего решение о покупке (потенциального покупателя) Продукта, заинтересованного вести переговоры о его приобретении и оставившего рабочие контакты;
* Наличие сформулированного запроса о приобретении Продукта;
* Примерный период закупки, определяемый Заказчиком в зависимости от конкретного продукта;
* Наличие бюджета закупки и количества потенциальных пользователей (определяется отдельно по каждому продукту)
* Наличие сведений о текущем альтернативном решении, конкурентном Продукту Заказчика (если есть)

Критерии квалифицированного лида на период до конца 2024 года (на примере двух продуктов вендора НОТА):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование продукта Заказчика** | **Минимальное количество платных пользователей для квалификации лида** | **Комментарий** |
| НОТА ЮНИОН | 8 рекрутеров | Исключение – компания, потенциальный покупатель имеет отношение к сильному (известному) бренду |
| DION | 10 пользователей | Исключение – компания, потенциальный покупатель имеет отношение к сильному (известному) бренду |

**Примерный ожидаемый результат Заказчика от реализации Кампании (на примере двух продуктов вендора НОТА):**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование продукта | Месяц по порядку от момента начала выполнения работ по Задаче 1  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Примерный календарный месяц 2024-25 гг. и план в Квалифицированных лидах\* |
|  | Июнь | Июль | Август | Сентябрь | Октябрь | Ноябрь | Декабрь | Январь\* | Февраль | Март | Апрель | Май |
| НОТА ЮНИОН | Не регламентировано: разработка стратегии | 5 | 8 | 10 | 10 | 9 | 4 | 10 | 10 | 10 | 5 |
| DION | 5 | 15 | 20 | 20 | 15 | 5 | 20 | 20 | 20 | 15 |

В случае невыполнения или перевыполнения плана просим вас предложить схему штрафных санкций / мотивации.

\* - план на месяцы 2025 года может быть изменен Заказчиком по итогам анализа реализации плана 2024

**Документы, предоставляемые со стороны Заказчика на этапе реализации проекта компанией-победителем RFP**

* Бриф
* Описание «персон» - целевых пользователей продуктов, ЛПР
* Презентация по продукту
* Ранее использованные и действующие Лид-магниты (публичный контент - презентации с выступлений, клиентские кейсы, руководства, тех документация и т.д.)
* Лицензионная политика
* Доступ к аналитике, инструментам статистики, отчетности
* Доступ к основному сайту по Продукту для внесения правок и настроек целей

**Описание требуемой команды**

Предполагается, что непосредственными исполнителями Объема работ будут специалисты, входящие в состав Команды:

* Креатор (разработка креативов)
* Менеджер рекламных кампаний
* Копирайтер
* Графический дизайнер
* Специалист SEO
* Аналитик данных

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | **Наименование должности** | **Примерный перечень выполняемой работы** | **Опыт работы, лет в аналогичной должности** | **Особые требования к опыту работы** | **Особые требования к образованию и прочим знакам отличия** |
| 1 | Креатор  | Определение смыслов доносимых до аудитории по Продукту в части задач 1, 2.Разработка креативов в части контента, валидация контента и обратной связи от аудитории | Не менее 8 лет опыта работы над созданием / валидацией креативов | Должность креативного директора не менее 2-х лет в digital агентстве, работа с задачами, сопоставимыми с задачами данного RFPИЛИЛидирование разработки и реализации не менее 3-х Кампаний, сопоставимых с Задачей 1  | Наличие личных публикаций в профессиональных изданиях или преподавательская деятельность не менее полугода |
| 2 | Менеджер рекламных кампаний | Управление планом, бюджетом, командой реализации кампании | Не менее 4-х лет опыта управления рекламными кампаниями | - Опыт сдачи работ Заказчику, сопоставимому с размером и профилем Холдинга Т1 не менее 2-х лет- Навыки самостоятельной настройки рекламных кабинетов- Навыки формирования отчетности, презентаций  | Наличие профильного образования в части рекламы или курсов повышения квалификации в части управления проектами или управления digital активностями |
| 3 | Копирайтер | Написание креативных текстов, формирование итогового вида рекламных объявлений | -Не менее 3-х лет опыта написания текстов B2B тематики- Опыт работы в продуктовой команде или среде, где качество контента определялось метриками |  | Наличие профильного образования (филология, журналистика) |
| 4 | Графический дизайнер | Отрисовка графических креативов | Не менее 2-х лет опыта создания креативов для B2B продуктаОпыт работы в продуктовой команде или среде, где качество контента определялось метриками |  |  |
| 5 | Специалист по SEO | Обеспечение продвижения Продукта с помощью механизмов SEO оптимизации | Не менее 3-х летОпыт продвижения B2B продуктов не менее 2-х лет |  | Наличие законченных курсов по SEO тематике |

**Задача 3. Персонал**

**ТРЕБОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКА**

к персоналу с предварительным согласованием кандидатур с заказчиком, который по плану будет задействован в реализации Задач 1 и 2 более, чем на 50% рабочего времени на протяжении срока не менее полугода.

Требуемый персонал с подробное описание функционала и необходимого опыта описан в Задаче 2.

Предполагается, что не менее чем на 50% рабочего времени будут загружены специалисты Команды в рамках Задачи 2 под номерами: 2, 3, 4, 5.

**Документы, предоставляемые со стороны Заказчика на этапе RFP**

* Презентация по продукту
* Ранее использованные Лид-магниты (публичный контент - презентации с выступлений, клиентские кейсы)