**Answers and questions to Request for Proposals (RFP)** **REQ-KYV-22-0057**

**Procurement of promotional campaign to support businesses of veterans of Ukraine Питання та відповіді щодо Запиту REQ-KYV-22-0057 на** **закупівлю послуг із проведення промоційної кампанії з метою підтримки бізнесу ветеранів України**

**Answers, please see in blue/ Відповіді надані блакитним**

**Question 1/Питання 1:**

Період проведення кампанії (старт, дата підписання контракту?)

**Answer/Відповідь:**

**Кампанія розрахована згідно надання Результатів на 170 днів з дати підписання контракту. Дата підписання контракту буде зрозуміла після закінчення тендеру, наявності всіх документів та після оцінювання та вибору переможця.**

**Question 2/Питання 2:**

Хто надає список героїв? Хто веде перемовини щодо організації знімального процесу?

**Answer/Відповідь:**

**Перелік героїв буде сформований у співпраці з Українським ветеранськи фондом. Проєкт USAID проводить попередню комунікацію із відібраними героями та узгоджує їхню участь у проєктів.**

**Субпідрядник – відповідає за організацію знімального процесу, домовляється про конкретний день/час, узгоджує з героєм матеріали, координує логістику та відповідає за всі витрати, повязані з організацією зйомки.**

**Question 3/Питання 3:**

Яка географія поїздок?

**Answer/Відповідь:**

**Вся Україна (підконтрольні території)**

**Question 4/Питання 4:**

“Кожного місяця Субпідрядник повинен забезпечити розміщення створених матеріалів щонайменше у 20 медіа (національного та регіонального рівня). Охоплення аудиторії повинно становити не менше 10 мільйонів осіб, а кількість переглядів - не менше 5 мільйонів”- Скажіть, будь ласка, не менше 5 мільйонів переглядів це показник 1 місяця реалізації кампанії чи всього періоду кампанії?

**Answer/Відповідь**:

**Охоплення аудиторії за весь період проєкту повинно становити не менше 10 мільйонів осіб, а кількість переглядів - не менше 5 мільйонів.**

**Question 5/Питання 5:**

Щодо просування створених відео: передбачається на платній чи безплатній основі?

**Answer/Відповідь:**

**Передбачається, що у переважній більшості будуть використані безкоштовні інструменти. Проте використання платних інструментів також допускається за умови обгрунтуватиння їх доцільності. Це повинно бути відображено у пропозиції: обгрунтування описано в секції технічний підхід, а вартість – у бюджеті.**

**Question 6/Питання 6:**

* Щодо просування створених відео:
* передбачається на платній чи безплатній основі?

**Передбачається, що у переважній більшості будуть використані безкоштовні інструменти. Проте використання платних інструментів також допускається. Це повинно бути відображено у пропозиції: обгрунтування описано в секції технічний підхід, а вартість – у бюджеті.**

* що означає партнерство з регіональними медіа - на платній основі чи безплатній?

**Передбачається, що у переважній більшості будуть використані безкоштовні інструменти. За умови обгрунтування доцільності, також допускається певна кількість партнерств на платній основі. Це повинно бути відображено у пропозиції: обгрунтування описано в секції технічний підхід, а вартість – у бюджеті.**

* щомісячно 20 медіа в регіон. і нац. медіа - сайт і соцмережі рахуються як одне медіа? чи рахуються всі канали?

**Сайт і соціальні мережі одного медіа – це одне медіа**

* який орієнтований бюджет на просування відео?

**Цю інформацію Субпідрядник повинен відобразити у пропозиції, у відповідних рядках бюджету.**

* З брифу: Субпідрядник відповідає за публікацію відео у засобах масової інформації та розміщення контенту в соціальних мережах – на власних сторінках та сторінках партнерів. Власні сторінки - це сторінки медіа? Сторніки партнерів - це теж медіа?

**Так, Власні сторінки - це сторінки медіа**

**Сторніки партнерів - це можуть бути їхні сторінки в різних соціальних мережах**