



ГРОМАДСЬКА СПІЛКА

**МЕРЕЖА
ПРАВОВОГО
РОЗВИТКУ**

ІНСТРУКЦІЯ

ЗАПИТ ЦІНИ

Закупівля послуг створення і реалізації комунікаційної кампанії для посилення спроможності ОМС до впровадження стратегічних планів відновлення та розвитку

№ FCDO_LDN_2024_35

14 липня 2024 року

Послуги надаються в рамках проєкту «HAVEN – гуманітарна діяльність через волонтерів, активістів і мережі» (далі - Проєкт), що реалізується за сприянням FCDO, з метою Створення нових координаційних структур гуманітарного реагування на території Херсонської та Миколаївської областей та надання підтримки територіальним громадам та обласним політичним адміністраціям для координації реагування на виявлені потреби та інтеграції нагальних гуманітарних проблем у довгострокову стратегію соціально-економічного розвитку в Херсонській та Миколаївській областях.

Підрядник повинен подати пропозицію згідно з доданим Запитом ціни.

Кінцевий термін подання заявок: **20 липня 2024 року до 19:00 за київським часом.**

Просимо надіслати цінову пропозицію на пошту procurement@ldn.org.ua з темою листа: "№ FCDO_LDN_2024_35 Послуги створення і реалізації комунікаційної кампанії".

Період заключення контракту: **до 31 січня 2025 року.**

Очікувані результати наданих послуг:

1. Результат № 1: Розробка плану інформаційно-комунікаційної кампанії, яка включатиме ключові показники ефективності, детальний план дистрибуції, робочий план імплементації комунікаційної кампанії, а також PR-план.
2. Результат № 2: Реалізація плану інформаційно-комунікаційної кампанії, навчання та менторства
3. Результат № 3: Розробка звіту за результатами комунікаційної кампанії

Технічне завдання.

Вимоги до учасника/ці конкурсу:

1. Релевантний досвід.
2. Професійний досвід команди.
3. Приклад робочого плану та опис креативної ідеї, підходи до розробки кампанії.

Критерії оцінки:

Назва критерію	Вартість критерію у відсотках	Оцінка
Попередній досвід	10	10 - Виконавець має значний попередній досвід у проведенні успішних комунікаційних кампаній для органів місцевого самоврядування (ОМС) або подібних проєктів. Є докладні звіти, кейси з конкретними результатами та позитивні відгуки від попередніх клієнтів. 5 - Виконавець має помірний досвід у реалізації комунікаційних кампаній, є кейси з успішними результатами, але немає конкретних прикладів для ОМС. 0 - Виконавець має мінімальний або відсутній досвід у проведенні комунікаційних кампаній. Немає



ГРОМАДСЬКА СПІЛКА

**МЕРЕЖА
ПРАВОВОГО
РОЗВИТКУ**

			релевантних прикладів робіт.
Професійний досвід команди	20		<p>20 - Команда має висококваліфікованих спеціалістів з великим досвідом у розробці та реалізації комунікаційних кампаній. Є докладні резюме, портфоліо та рекомендації.</p> <p>15 - Команда складається з спеціалістів з помірним досвідом, є деякі приклади успішних робіт, але немає повної впевненості у їхній здатності реалізувати проект на високому рівні.</p> <p>10 - Команда має обмежений досвід у комунікаційних кампаніях, відсутні чіткі приклади успішних проектів, надано неповні резюме.</p> <p>0 - Команда складається з фахівців без досвіду у проведенні подібних кампаній, немає портфоліо та рекомендацій.</p>
Робочий план та опис креативної ідеї, підходу до розробки кампанії	20		<p>20 - Робочий план детальний, реалістичний, містить чіткі етапи та терміни виконання. Креативна ідея та підхід до розробки кампанії інноваційні, чітко пояснено, як вони допоможуть досягти цілей.</p> <p>10 - Робочий план має деякі недоліки або не повністю відповідає вимогам. Креативна ідея та підхід досить загальні.</p> <p>5 - Робочий план поверховий, не містить чітких етапів та термінів. Креативна ідея та підхід не зрозумілі або не є інноваційними.</p> <p>0 - Робочий план та креативна ідея слабкі, не містять чіткої структури та не відповідають цілям кампанії.</p>
Фінансова пропозиція	50		<p>50 - Пропозиція є найбільш вигідною з точки зору співвідношення ціни та якості. Включає детальний кошторис з поясненням усіх витрат.</p> <p>30 - Пропозиція є прийнятною, але не найвигіднішою. Кошторис достатньо деталізований, але є деякі невідповідності.</p> <p>20 - Пропозиція має досить високу ціну або не відповідає очікуванням з точки зору якості послуг. Кошторис неповний або містить невиправдані витрати.</p> <p>10 - Пропозиція явно перевищує бюджетні можливості, або кошторис має значні помилки.</p> <p>0 - Пропозиція надзвичайно дорога та не містить жодних пояснень щодо витрат.</p>

Пропозиція від потенційних підрядників повинна містити:

- Демонстрація щонайменше 3 раніше розроблених та реалізованих комунікаційних стратегій, підтверджених зразками/посиланнями/рекомендаціями та результати (метрики) їх практичної реалізації;
- Робочий план та опис підходу/креативної ідеї, яка буде використана для розробки та реалізації кампанії;
- Кваліфікація (CV) персоналу, який буде залучений до розробки та реалізації комунікаційної кампанії;



ГРОМАДСЬКА СПІЛКА

**МЕРЕЖА
ПРАВОВОГО
РОЗВИТКУ**

- Додаток А1. Запит ціни з підписом, заповнена відповідно до наданого Шаблон;
- Копії реєстраційних документів.

Важливо! Якщо учасник/ця конкурсу не надасть будь-який з вищезазначених документів, його/її заявка не розглядатиметься у межах подальшої оцінки.

Після первинної оцінки, з кандидатам можуть бути проведені співбесіди. Остаточне рішення щодо обрання переможця буде оголошено після співбесід.

Щодо додаткових питань, просимо звертатись на пошту procurement@ldn.org.ua.