

**Q1:** 3 креативні концепції, де кожна адаптована під три ЦА одночасно, чи кожна концепція під окрему ЦА? Відповідно чи всі три вони повинні бути реалізовані під різні ЦА, чи лише одна адаптована під 3 ЦА?/ 3 creative concepts, where each is adapted for three target audiences (TAs) simultaneously, or is each concept for a separate TA? Accordingly, should all three be implemented for different TAs, or only one adapted for 3 TAs?

**A1:** На Ваш розсуд із аргументацією доцільності. Головне - це результат промо-кампанії із заявленою ідеєю. / At your discretion, with justification for the feasibility. The main thing is the result of the promo campaign with the stated idea.

**Q2:** Яка з ЦА важливіша, або пріоритетніша і чи впливає на фокус для креативних концепцій? Підлітки, молодь, особи елегантного віку?/ Which target audience is more important or prioritized and does it influence the focus for creative concepts? Teenagers, young people, people of elegant age?

**A2:** Не впливає, знову ж таки- головне кінцевий результат. Але просимо надати обґрунтування, якщо Ви хочете зосередитися на конкретній ЦА./ It doesn't affect it; again, the final result is key. However, we ask you to provide justification if you want to focus on a specific target audience.

**Q3:** Що у вашому розумінні креативні концепції? Це комунікаційний фреймворк залучення до курсів? Чи може це бути діджитальна, інша механіка залучення людей до курсів? Чи може бути додаткова зйомка, та інші продукти – сайти, боти./ What do you understand by "creative concepts"? Is it a communication framework for attracting people to courses? Could it be a digital or other mechanism for engaging people in courses? Could it involve additional filming, and other products like websites or bots?

**A3:** Повноцінно представлена креативна концепція просування продукту - курсів за тематикою кб на Дія.Освіта із обґрунтуванням та прорахунками охоплення. Так може.. A fully presented creative concept for promoting the product—cybersecurity courses on Diiia.Education—with justification and reach calculations. Yes, it can.

**Q4:** Чи може передбачати механіка призи, і якщо так, то які обмеження по ним можуть бути, а також чи це потрібно фіксувати на даному етапі в тендерній пропозиції?/Can the mechanics include prizes, and if so, what limitations might there be on them, and does this need to be documented at this stage in the tender proposal?

**A4:** Можливо розглянути призи, але не великої вартості, адже це напряму буде впливати на бюджет рекламної кампанії. Також потрібно враховувати дуже зжаті строки проведення кампейну./ Prizes can be considered, but they should not be of high value, as this will directly impact the advertising campaign's budget. Additionally, the very tight timelines for the campaign must be taken into account.

**Q5:** Чи передбачаються можливості для співпраці у рамках даної активації? Наприклад, щоб реалізувати цю кампанію залучити додаткових стейкхолдерів-партнерів на взаємних умовах. /Are there opportunities for collaboration within this campaign? For example, to involve additional stakeholder-partners on mutual terms to implement this campaign?

**A5:** Можна пропонувати варіації таких співпраць, знову ж таки із обґрунтуванням, чому Ви вважаєте що саме така співпраця буде успішно впливати на кінцевий результат кампейну. Також всі пропозиції співпраці будуть розглянуті та мають бути прийнятними для наших партнерів - Дія.Освіта та МЦТ/ You can propose variations of such collaborations, again with justification as to why you believe such a partnership will successfully impact the campaign's final outcome. Also, all collaboration proposals will be reviewed and must be acceptable to our partners — Diia.Education and MDT.

**Q6:** Ролики і пости/ Videos and posts:

**General Answer :** 50 роликів, текстові пости запропоновано як вимірювальні одиниці реалізації концепту креативної активації (ідеї) для просування продуктів із кібергігієни представлених на Дія.Освіта, та спираючись на досвід залучення цих інструментів у попередніх кампаніях./ 50 videos, text posts are proposed as measuring units for the implementation of the concept of creative activation (idea) to promote cyber hygiene products presented on Diia.Education, and based on the experience of using these tools in previous campaigns.

- чи мають відношення 50 роликів відношення до креативної концепції, чи це незалежний план контенту, який потрібно реалізувати?/ Are the 50 videos related to the creative concept, or is it an independent content plan to be implemented?

**A:** 50 роликів входять в концепт просування/ The 50 videos are part of the promotion concept

- чи існує на разі контент план для 50 роликів? Чи потрібно агенції закладати час і ресурс на створення контент-плану для цих креативів?/ Does the agency have a content plan for the 50 videos? Does the agency need to invest time and resources to create a content plan for these creatives?

**A:** Ні не існує. Так потрібно/ No, there is not such. Yes, it is necessary.

- яка природа 60 постів – це обов’язковий контент Дія.Освіта чи креативи, які ляжуть в основу медійного плану і отримання KPI? / What is the nature of 60 posts - is it mandatory content for Diia.Education or creatives that will form the basis of the media plan and KPIs?

**A:** Попередні хвилі комунікаційних кампаній включали текстовий та графічний контент для просування в соціальних мережах./ Previous communication campaigns included text and graphic content for social media promotion.

- чи правильно ми розуміємо, що в створення 60 постів потрібно закладати створення контент-плану?/ Do we understand correctly that the creation of 60 posts should include the creation of a content plan?

**A:** так/Yes

- якщо 60 постів робиться для медіаплану, то чи може бути кількість даних постів інша?/If 60 posts are made for a media plan, can the number of these posts be different?

**A:** так може, але потрібно докласти обґрунтування якщо кількість суттєво перевищить запропонований варіант із 60 постами, або якщо Ваш концепт взагалі не включає просування через соціальні мережі за допомогою постів./ Yes, it can, but you need to provide a justification if the number of posts significantly exceeds the proposed 60, or if your concept does not include social media promotion through posts at all.

- яким чином на разі планується створення 60 постів? І чи може агенція закладати зйомки в цей блок?/ How is it planned to create 60 posts? And can the agency include filming in this block?

**A:** так може. Як планується - агенція після ознайомлення із продуктами та попереднім креативним контентом пропонує свій медіа план просування./ Yes, it can.

The way it is planned is that the agency, after getting acquainted with the products and preliminary creative content, offers its media promotion plan.

**Q7:** Брендований пакет повинен бути адаптований тільки до діджитальних форматів, чи до друкованих також? Можливо з попереднього досвіду – скільки орієнтовно це може бути форматів (наприклад, ви знаєте всі розміри екранів у центрах, чи де у вас є можливість розміщення). Should the branded package be adapted only for digital formats, or for print as well? Perhaps from previous experience, how many formats might this involve (e.g., do you know all screen sizes in centers, or where you have placement opportunities)?

**A7:** наразі не планувалось друкованих форматів. Якщо Ваша концепція пропонує створення додаткових друкованих матеріалів, будь ласка, обґрунтуйте доцільність залучення саме такого інструменту. Ні не знаємо розмірів, тому що кампанія планувалась суто діджитальна без залучення ATL/BTL реклами. /Currently, print formats are not planned. If your concept proposes the creation of additional print materials, please justify the expediency of involving such a tool. No, we do not know the sizes because the campaign was planned to be digital, without involving ATL/BTL advertising.

**Q8:** Які КРІ вважаються запропонованими?/ What KPIs are considered to be proposed?

**A8:** Основний КРІ той що закладений в текст тендеру - кількість залучених людей у вимірjuвальних показниках - кількість кліків/реакцій на пости/проморолики/тощо./ The main KPI is the one that is laid down in the tender text - the number of people involved in the measured indicators - the number of clicks/reactions to posts/promo videos/etc.

**Q9:** 5 експертів:

- продакшен цих роликів має бути на експертах, чи це на стороні агенції? /Should the production of these videos be done by experts or by an agency?

**A:** Експерт залучається для створення та просування контенту, всі технічні роботи та оплати за них здійснює агенція. Під експертами маються на увазі персони які можуть забезпечити просування контенту у медіа просторі та привернути увагу ЦА/ An expert is involved in the creation and promotion of content, all technical work and payments for it are made by the agency. Experts mean people who can ensure the promotion of content in the media space and attract the attention of the target audience

- яка ціль залучення експертів, додаткове промо чи підсилити експертність контенту?/ What is the purpose of engaging experts, additional promotion, or to strengthen the expertise of the content?

**A:** промоакція контенту та залучення ЦА до проходження курсів на Дія.Освіта/promotion of content and engagement of the target audience to take courses on Diiia.Education

- чи це можуть бути лідери думок як для підліткової аудиторії (чи інших цільових аудиторій)?/ Can they be opinion leaders for the teenage audience (or other target audiences)?

**A:** так можуть/ Yes, they can

- чи можна ці відео також використовувати для промо?/ Can these videos also be used for promotions?

**A:** так, можуть/ Yes, they can

**Q10:** Чи отримає агенція, яка виграє перед початком роботи звітність по результатам (конверсіям, переглядам) по аналогічним кампаніям у минулому?/ Will the winning agency receive a report on the results (conversions, views) of similar campaigns in the past before starting work?

**A10:** так, агенція, яка стане переможцем тендеру отримає доступ до результатів попередніх та поточної кампанії для аналізу./ Yes, the winning agency will have access to the results of previous and current campaigns for analysis.

**Q11:** Чи є обмеження по бюджету або якісь інші рамки по бюджету, які потрібно враховувати./ Are there any budget constraints or any other budget frameworks that need to be considered?

**A11:** обмеження по бюджету існують, але через специфіку наших правил ми не розкриваємо таку інформацію на етапі оголошення запиту на тендер. Потенційні підрядники мають орієнтуватися в оцінці своїх послуг на встановлені метрики./ There are budget constraints, but due to the specifics of our rules, we do not disclose such information at the stage of solicitation. Potential contractors should be guided in evaluating their services by the established metrics.

**Q12:** Чи враховує тендерна процедура і підхід до подачі цінової пропозиції, що фінальна сума на промо може бути підготовлена після прорахунку медійного плану, а отже вже з агенцією, яка виграла даний етап тендеру?/ Does the tender procedure and approach to submitting a price proposal take into account that the final amount for the promotion can be prepared after the media plan has been calculated, and therefore with the agency that wins this stage of the tender?

**A12:** Ні. Агенція повинна подати пропозиції за всіма позиціями, указаними в тендерному запиті, і надати остаточну цінову пропозицію з розрахунками, актуальними на момент подання./ No. The agency must submit proposals for all items specified in the tender request and provide a final price proposal with calculations that are up-to-date at the time of submission.

**Q13:** Do we understand correctly that the agency does not develop creative concepts at the tender stage?

**A13:** No need to develop and submit the creative concepts at the tender stage. But you can add information on the ideas to justify the costs.

**Q14:** Engage up to 5 external experts to create and post short promotional videos. The selected contractor must provide a preliminary list of external experts with basic audience metrics. - Do we have to submit the preliminary list to the tender?

**A14:** You can submit the preliminary list, but it is not obligatory.

**Q15:** Prepare a comprehensive media plan for the 20-week activation, including: campaign objectives, target audiences, selected platforms, content formats, content calendar, and projected performance metrics (e.g., 300,000 million clicks and 120,000 registrations) – What exactly will be promoted within the campaign?

**A:** Cyber hygiene courses on Diia.Osvita <https://osvita.diia.gov.ua/catalog/topic/cyber-hygiene>

50 short videos, as described in the scoping document below?

**A:** The videos should be developed to promote the cyber hygiene courses among the selected TAS and encourage them to register on Diia.Osvita.

Do we have to provide a media plan as part of the tender?

**A:** No

**Q16:** Plan and implement a targeted advertising campaign to promote the interactive show for teens. The campaign should include weekly reporting from the advertising accounts and contain the following data: fixed cost of media support per month; guaranteed monthly KPIs (e.g.  $\geq 300$  thousand clicks) - Do we have to provide a media plan as part of the tender?

**A16:** Please make sure that this is the question relevant to milestone 4. Seems like duplication from, milestone 3/ No

**Q17:** Create up to 50 short videos ( $\leq 60$  seconds, vertical format) based on existing or provided visual materials. No video recording is required. Videos should be optimized for posting on social media, including Instagram, Facebook, and YouTube Shorts.

- Based on existing or provided materials

**A:** No, "filming is not required" means it can be a cartoon, animation, AI-generated, etc

Does this mean that the client provides ready-made existing video materials, and we can do the editing?

**A:** No, these videos have to be produced by the agency

Whose side is the script on? Because if we are provided with materials, we have to write scripts based on the available materials.

**A:** No scripts provided. The agency must produce these videos according to the creative idea.

**Q18:** Prepare up to 60 original texts/posts for social media that are consistent with the campaign's communication strategy and visual style. Develop up to 60 static or animated visuals for social media that correspond to the key visuals of the campaign and can be easily adapted to digital platforms.

Should these be different visuals or is it the same task? That is, a set of 60 visuals and 60 texts to them, taking into account the adaptation to digital platforms, or 120 visuals and 60 texts to them?

**A18:** Not sure what the essence of the question. It should be 60 different original texts/posts for social media that are consistent with the campaign's communication strategy and visual style and 60 visuals to accompany the posts.

**Q19:** Prepare a branded package of activation materials, including key visuals (KVs), a message box, and adaptation of these materials for different formats and screen sizes. - Do we understand correctly that "package" means KV + message box for each of the 3 audiences?

**A19:** Yes

**Q20:** Engage up to 5 external experts to create and post short promotional videos. The selected contractor should provide a preliminary list of external experts with basic audience metrics. The content should match the tone of the campaign and its key messages. -

Promotional videos - should we count the creation of these videos on a professional level? Or does it mean that 5 experts are bloggers who independently prepare promotional content in accordance with our brief and post it on their pages?

**A20:** 5 experts have to be engaged in the promotional videos. Professional shooting of user-generated content – this choice has to be consistent with the campaign's communication strategy, visual style, and tone.

**Q21:** Can we ask to provide Annex C in Excel format?

**A21:** Yes, we can provide excel sheet of Annex C.

**Q22:** Is it possible to ask for an extension of time for the preparation of the proposal?

**A22:** Unfortunately, no as we have quite tight deadlines for this task.

**Q23:** Щодо KPI в 120 тис. реєстрацій

Чи могли б ви детальніше пояснити, що саме мається на увазі під “реєстрацією”? Це створення облікового запису на платформі, підтвердження email, чи інша дія?/

Regarding the KPI of 120k registrations. Could you explain in more detail what exactly is meant by “registration”? Is it creating an account on the platform, confirming an email, or another action?

**A23:** Так, під реєстрацією мається на увазі реєстрація облікового запису користувача на платформі Дія.Освіта на курси із кібергігієни

<https://osvita.diia.gov.ua/catalog/topic/cyber-hygiene/> Yes, registration means registering a user account on the Diya.Osvita platform for cyber hygiene courses.

**Q24:** Кнопка реєстрації на посадковій сторінці

Чи буде кнопка реєстрації розміщена на посадковій сторінці, куди будуть вести відео?/ Registration button on the landing page Will the registration button be placed on the landing page where the videos will lead?

**A24:** Наразі посадкова вже існує, реєстрація робиться під будь яким відео. Тобто користувач переходить на курс, реєструється і далі зможе пройти інші курси вже із існуючою реєстрацією. Якщо у Вас будуть аргументовані рекомендації зі зміни цієї механіки, це можливо буде обговорити із технічною командою вже після підписання контракту./ Currently, the landing page already exists, registration is done under any video. That is, the user goes to the course, registers and will then be able to take other courses with the existing registration. If you have reasoned recommendations for changing this process it will be possible to discuss this with the technical team after signing the contract.

**Q25:** Мотивація користувача для реєстрації

Яка основна мета реєстрації для користувача:

- доступ до курсу,
- збереження прогресу,
- можливість отримати сертифікат
- чи інше?

User motivation for registration

What is the main purpose of registration for the user:

- access to the course,
- saving progress,
- the opportunity to receive a certificate

**A25:** Всі описані Вами мотивації є вірними./ All the motivations you described are correct.

**Q25:** Доступ до контенту без реєстрації

Чи передбачена можливість переглядати навчальні відео без попередньої реєстрації?/

Access to content without registration. Is it possible to watch educational videos without prior registration?

**A26:** Так, можна і серіали без реєстрації подивитися і байти. Для отримання сертифікату потрібна реєстрація./ Yes, you can watch TV series and download them without registering. Registration is required to receive a certificate.