



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



**ІНСТИТУТ
МІСЦЕВОГО
РОЗВИТКУ**

Добрі сусіди – одна країна

31 січня 2022 року

Шановні пані та панове!

Всеукраїнська благодійна організація «Інститут місцевого розвитку» (ІМР), яка забезпечує реалізацію проєкту «Добрі сусіди – одна країна», фінансованого в рамках проєкту міжнародної технічної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні» за грантовою угодою № MAR-039-G-014-2021 від 30/03/2021 року, оголошує про закупівлю послуг **З ПІДТРИМКИ (ПРОСУВАННЯ) ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ ПРОЄКТУ «ДОБРИ СУСІДИ – ОДНА КРАЇНА» В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ FACEBOOK ТА INSTAGRAM (ПОСЛУГИ ТАРГЕТОЛОГА) на період 8 календарних місяців: лютий-вересень 2022 року.**

Метою проєкту «Добрі сусіди – одна країна» є поліпшення взаємодії громадян з місцевими групами громадянського суспільства через впровадження таких завдань: забезпечення поліпшення залучення громадян до громадського життя міст та побудову надійних партнерств між міськими радами, ОСББ, НУО та громадянами; розвиток культури добросусідства та громадянської культури в Луганській та Донецькій областях, що продемонструє усій Україні переваги і можливості об'єднання громадян у групи і коаліції; посилення взаємодії громадян з групами громадянського суспільства.

Одним із завдань грантової діяльності є планування та впровадження Комплексної інформаційно-комунікаційної кампанії щодо сприяння добросусідству у місцевих громадах Донецької та Луганської областей через мобілізацію громадянської активності в багатоквартирному житловому секторі, розвиток суспільної довіри, залучення співвласників багатоквартирних будинків до громадянських ініціатив на місцях, із подальшим поширенням успішних практик на регіональний та національний рівні.

Ключові інформаційні повідомлення для зацікавлених сторін стосуються таких основних аспектів:

- формування реалістичного уявлення про ОСББ як дієвого інструменту управління ББ, стимулювання у співвласників ББ готовності створити ОСББ та мотивування членів ОСББ до активної участі в управлінні будинком;
- збільшення організаційного потенціалу голів, правління ОСББ, ініціативних груп через навчання основам управління ОСББ, комунікації, психології, соціальних технологій стимулювання та організації колективних дій;
- зацікавлення, ГО, ГС, ЗМІ проблемами становлення інституту ОСББ, забезпечення з їхнього боку надійної і активної підтримки Руху ОСББ;
- налагодження надійного партнерства ОМС з ОСББ, зміцнення ставлення місцевої влади до ОСББ як до пріоритетної форми управління житлом у місті;
- формування культури добросусідства як середовища для розвитку комунікацій, поля спільних значень і смислів як основу взаєморозуміння; створення умов та стимулів для

розвитку співробітництва, нагромадження успішного досвіду спільних дій, співробітництва; зміцнення відносин партнерства та довіри;

- кристалізації через комунікацію у людей різного віку цінностей доброзичливості, взаємності, небайдужості, відповідальності, солідарності, активного громадянства та популяризації ними зазначених цінностей;
- створення умов та стимулів для виходу творчих ініціатив співвласників ББ на рівень міста, об'єднання потенціалу ОСББ, АОСББ, ГО, ГС, ОМС у підтримці та стимулюванні громадських ініціатив, тощо.

Комплексна інформаційно-комунікаційна кампанія щодо сприяння добросусідству містить основні чотири компоненти/складові кампанії.

1. Комунікативна кампанія з актуалізації цінностей.

Мета: привернути увагу до цінностей «свободи», «відповідальності», «небайдужості», «активності», «ініціативності» через прості, доступні та сучасні інструменти, які відрізняються залежно від вікових груп населення.

2. Різномірне навчально-роз'яснювальна кампанія.

Мета: забезпечити доступ до якісного роз'яснювального та навчального контенту максимально широкою цільовою аудиторією через єдину онлайн-платформу. Вона стає єдиним вікном для співвласників багатоквартирних будинків.

3. Підтримувальна інформаційна кампанія.

Мета: анонсувати, привернути увагу до всіх заходів проєкту в цілому.

4. Офлайн-кампанія «Від ОСББ до креативного простору твого міста».

Мета: осучаснити підхід до ОСББ як до єдиного потенціалу та можливості перетворень не лише для вирішення комунальних проблем, поєднати урбаністику, артпідхід до облаштування міського простору та промислову специфіку цільових громад.

Основними комунікаційними каналами інформаційної кампанії є соціальні медіа, у т. ч. Facebook та Instagram:

<https://www.facebook.com/GoodNeighborsOneCountry>

https://www.instagram.com/good_neighbors_one_country/

<https://www.facebook.com/creative.space.of.your.city/>

https://www.instagram.com/creative_space_of_your_city/

Основним завданням таргетолога під час проведення інформаційної кампанії проєкту в соціальних мережах Facebook та Instagram є сприяння збільшенню охоплення її цільової аудиторії та підвищенню ефективності її реалізації.

Термін подання пропозицій

Зацікавлені організації (компанії) та інші суб'єкти підприємницької діяльності запрошуються подати свої пропозиції до ІМР **15:00 8 лютого 2022 року** на електронну адресу tender@mdi.org.ua.

Оголошення результатів

Очікувана дата оголошення результатів закупівлі послуг – **10 лютого 2022 року**.

Запрошення до подання пропозиції, що додається, містить усю інформацію, необхідну для підготовки та подання пропозиції.

Будь ласка, зверніть увагу:

Якщо організація (компанія) є платником ПДВ, така організація (компанія) має бути готовою та мати бажання пройти процедуру звільнення від податку на додану вартість відповідно до Порядку залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.02.2002 р. №153 «Про створення єдиної системи залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги».

У разі наявності в такої організації (компанії) пільг з оплати ПДВ вона має надати посилання на норми законодавства, що стосуються таких пільг, або свідоцтва, які би засвідчували ці пільги.

ІМР очікує на плідну співпрацю з Виконавцем щодо сприяння поліпшенню взаємодії громадян України з місцевими групами громадянського суспільства.

Сподіваємося, що ви знайдете можливість подати пропозицію для участі у закупівлі послуг.

Щиро ваш



Руслан Тормосов,
Виконавчий директор
ВБО «Інститут місцевого розвитку»



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



**ІНСТИТУТ
МІСЦЕВОГО
РОЗВИТКУ**

Добрі сусіди – одна країна

**ЗАПРОШЕННЯ ДО ПОДАННЯ ПРОПОЗИЦІЇ
№ P-02-21/13**

**ПОСЛУГИ З ПІДТРИМКИ (ПРОСУВАННЯ) ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМΠΑНІЇ
ПРОЄКТУ «ДОБРІ СУСІДИ – ОДНА КРАЇНА» В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ
FACEBOOK ТА INSTAGRAM (ПОСЛУГИ ТАРГЕТОЛОГА) НА ПЕРІОД 8 МІСЯЦІВ
(ЛЮТИЙ – ВЕРЕСЕНЬ 2022 РОКУ)**

**Виконавець проєкту «Добрі сусіди – одна країна»:
ВБО «Інститут місцевого розвитку»**

**Київ, Україна
2022**

**Проєкт «Добрі сусіди – одна країна» фінансується АМР США (USAID)
в рамках проєкту DG EAST «ДЕМОКРАТИЧНЕ ВРЯДУВАННЯ У СХІДНІЙ УКРАЇНІ»**

Грантова угода № MAR–039-G-014-2021

Зміст

Зміст	5
РОЗДІЛ I. ІНСТРУКЦІЇ ЩОДО ПОДАННЯ ПРОПОЗИЦІЙ	6
1. Вступ.....	6
2. Вимоги щодо звільнення від сплати ПДВ	6
3. Подання пропозиції	7
4. Вимоги	7
4.1. Загальні вимоги.....	7
5. Джерела фінансування і географічні коди	9
6. Графік заходів	9
7. Запитання і відповіді	9
10. Обговорення Договору.....	11
РОЗДІЛ II. ОБСЯГ РОБІТ	12
1. Основні положення.....	12
2. Мета	13
3. Зміст послуг таргетолога з підтримки (просування) інформаційної кампанії проекту в соціальних мережах Facebook та Instagram.....	13
4. Етапи виконання робіт	14
ДОДАТОК А: Супровідний лист (форма)	15

РОЗДІЛ I. ІНСТРУКЦІЇ ЩОДО ПОДАННЯ ПРОПОЗИЦІЙ

1. Вступ

Всеукраїнська благодійна організація «Інститут місцевого розвитку» (далі – ІМР), яка забезпечує реалізацію проєкту «Добрі сусіди – одна країна», фінансованого в рамках проєкту міжнародної технічної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні» за грантовою угодою № MAR-039-G-014-2021 від 30/03/2021 року, оголошує про закупівлю послуг З ПІДТРИМКИ (ПРОСУВАННЯ) ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ ПРОЄКТУ «ДОБРИ СУСІДИ – ОДНА КРАЇНА» В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ FACEBOOK ТА INSTAGRAM (ПОСЛУГИ ТАРГЕТОЛОГА) на період 8 календарних місяців: лютий-вересень 2022 року.

Заявнику, чия пропозицію ІМР визнає найбільш відповідною потребам цього Запрошення до подання пропозиції, буде запропоновано укласти договір з фіксованою ціною (Договір про виконання робіт, надалі – Договір). Від такої організації (компанії) (надалі – Виконавець) вимагатиметься дотримання вимог Договору.

У Договорі з фіксованою ціною зазначаються результати роботи або кінцевий продукт, який має бути створений Виконавцем. Як впливає з назви, ціна Договору є фіксованою і не підлягає коригуванню. Ціна Договору встановлюється на основі кошторисного розрахунку та досвіду, набутого Виконавцем у ході виконання аналогічних робіт. У випадку підписання Договору (для переможця відбору) весь ризик і повна відповідальність за всі витрати та одержаний прибуток або збиток покладаються на Виконавця. Оплата проводиться за кінцеві продукти, і Виконавець несе повну відповідальність і повинен звітувати за кінцевий продукт. Під час відбору вимагається адекватна цінова конкуренція і обґрунтування цінової пропозиції.

Зацікавлені організації (компанії) та інші суб'єкти підприємницької діяльності запрошуються подати свої пропозиції до ІМР запрошуються до подання пропозицій відповідно до вимог Розділу I «Інструкції щодо подання пропозицій» цього Запрошення до подання пропозиції (далі – ЗПП). Розділ I «Інструкції щодо подання пропозицій» не є частиною договору. Метою цього розділу є допомога в підготовці пропозицій.

Заявники повинні запропонувати ціни, які вони вважають реалістичними і обґрунтованими для виконання роботи, описаної в їхній пропозиції. Найбільш ефективний підхід для досягнення очікуваних результатів заохочується, і перевага надаватиметься організації (компанії), пропозиція якої пропонує найкраще співвідношення технічних і вартісних факторів.

Запрошення до подання пропозиції не означає взяття проєктом будь-яких зобов'язань, у тому числі зобов'язань щодо відшкодування будь-яких витрат, пов'язаних із підготовкою і поданням пропозицій. ІМР залишає за собою право утриматися від доручення відібраній у результаті розгляду пропозицій організації (компанії) виконання завдань у межах будь-якої частини обсягу робіт згідно з запропонованим бюджетом (див. Додаток Б).

Терміни, зазначені у ЗПП, є послідовними календарними днями, якщо не зазначено іншого.

2. Вимоги щодо звільнення від сплати ПДВ

Якщо організація (компанія) є платником ПДВ, така організація (компанія) має бути готовою та мати бажання пройти процедуру звільнення від податку на додану вартість відповідно до Порядку залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.02.2002 р. №153 «Про створення єдиної системи залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги».

У разі наявності в учасника конкурсу пільг зі сплати ПДВ просимо надати посилання на норми законодавства, що стосуються таких пільг, або свідоцтва, які б засвідчували наявність цих пільг.

3. Подання пропозиції

Це Запрошення до подання пропозицій (ЗПП) є відкритим, як вказано у параграфі 4.1 розділу I «Інструкції щодо подання пропозицій» ЗПП.

Після завантаження даного ЗПП з сайту ІМР www.mdi.org.ua зацікавлені організації (компанії) повинні надіслати інформаційний лист про наміри взяти участь у цьому відборі виконавця (у довільній формі) на електронну адресу ІМР tender@mdi.org.ua. Пропозиції, подані організаціями (компаніями), які не надіслали такого інформаційного листа, не будуть відхилятися, проте такі організації (компанії) несуть усі ризики, пов'язані з неотриманням поправок, роз'яснень чи будь-яких інших повідомлень у зв'язку з цим ЗПП.

Організації (компанії), які бажають відгукнутися на цей ЗПП, повинні надати свої пропозиції відповідно до таких інструкцій.

Пропозиції в електронному вигляді мають бути надіслані електронною поштою до ІМР: tender@mdi.org.ua. У заголовку/темі електронного листа необхідно вказати: «Пропозиція до ЗПП № P-02-21/13, подана: (назва організації)».

Пропозиції, які будуть подані іншим шляхом, прийматися не будуть.

Пропозиції необхідно подати не пізніше **15:00 8 лютого 2022 року**. ІМР не розглядатиме пропозиції, подані із запізненням.

Організації (компанії) несуть усю відповідальність за дотримання вимог щодо подання пропозицій.

ІМР має право до закінчення встановленого строку подання пропозицій прийняти рішення про його продовження в разі, коли один чи більше учасників не можуть подати свої пропозиції до зазначеного строку через об'єктивні причини. Повідомлення про продовження строку розміщуються на сайті ІМР, а також надсилаються учасникам, які надіслали інформаційний лист про наміри взяти участь у відборі.

4. Вимоги

4.1. Загальні вимоги

ІМР має намір укласти договір з організацією (компанією) або фізичною особою — підприємцем, яка(-ий) зареєстрована(-ий) відповідно до законодавства України та усіх вимог цивільного права і законодавчої бази про оподаткування. Залучення субпідрядників для виконання робіт дозволяється.

А. Країна походження постачальників товарів та послуг. Заявники, які подають свої пропозиції у відповідь на ЗПП, мають відповідати таким вимогам:

- бути зареєстрованими відповідно до законів України;
- якщо заявник є організацією (компанією), остання має перебувати під керуванням органу, в якому більшість ключових управлінських посад обіймають громадяни або

резиденти України (або особи з еквівалентним статусом, що дозволяє їм постійно проживати і працювати в Україні); або

- громадяни або резиденти України (або особи з еквівалентним статусом, що дозволяє їм постійно проживати і працювати в Україні) мають бути зайняті на більшості штатних та ключових управлінських посад організації.

В. Організації, що контролюються урядом. Компанії, що працюють як комерційні організації, або інші організації чи підприємства (включно з неприбутковими організаціями), в яких контрольна частка власності належить уряду (наприклад уряду України чи уряду іншої країни), не мають права бути постачальниками товарів, робіт і послуг.

4.2. Вимоги до подання пропозицій

Пропозиції мають відповідати таким вимогам щодо форматування та розмірів:

- 1) мають бути надруковані з одинарним інтервалом на аркушах формату А4 кеглем розміру 12;
- 2) усі документи, включаючи допоміжні матеріали, надаються українською мовою;
- 3) текстова частина заявки має надаватись у сумісній з Windows версії програми MS Word (версія 2000 або пізніша) або у форматі Adobe PDF;
- 4) таблиці мають надаватись у форматі MS Excel (версія 2000 або пізніша) або в одній з останніх версій програми Lotus 1-2-3, або у таблицях, що є сумісними з MS Word;
- 5) Технічна та Цінова пропозиції мають бути надіслані одним листом;
- 6) загальний розмір електронної версії пропозиції та допоміжних матеріалів не може бути більшим ніж 20 мегабайт.

Пропозиція має містити такі складові:

А. Супровідний лист готується за формою, наведеною в Додатку А до цього ЗПП. Копії документів мають бути завірені підписом уповноваженої особи та печаткою організації-заявника.

Б. Анкета заявника готується за формою, наведеною в Додатку А до цього ЗПП.

В. Технічна пропозиція має складатися з таких розділів:

- робочий план;
- підтвердження попереднього досвіду роботи у відповідній галузі.

Г. Цінова пропозиція повинна містити:

- кошторис за формою, наведеною в Додатку Б до цього ЗПП. Кошторис має бути завірений підписом уповноваженої особи та печаткою заявника (за наявності). Усі суми мають бути вказані у гривнях. Кошторис має враховувати підходи, викладені у технічній пропозиції, та вимоги, що викладені в розділі «Обсяг робіт». Кошторис повинен містити деталізований опис витрат за кожною статтею, щоб дати можливість оцінити реалістичність, обґрунтованість і повноту пропозиції.

Д. Інші супровідні документи:

- копія Витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань;
- копія Свідоцтва про державну реєстрацію;
- опис досвіду і кваліфікації (резюме) запропонованих виконавців.

5. Джерела фінансування і географічні коди

Усі договори, укладені відповідно до вимог цього ЗПП, здійснюватимуться згідно з правилами USAID щодо закупівель за грантами. Усі товари, роботи і послуги, що закуповуються у межах реалізації таких договорів, повинні відповідати географічному коду USAID для закупівлі товарів і послуг – 937 та 110, які використовуються як код Сполучених Штатів Америки, України та країн колишнього Радянського Союзу, визначених правочинними відповідно до циркуляру 22 CFR 228 «Правила про походження, джерела і національність товарів, робіт і послуг, які фінансуються USAID».

6. Графік заходів

- | | | |
|---|---|-------------------|
| 1. Публікація Запрошення до подання пропозицій | - | 31 січня 2022 р. |
| 2. Кінцевий термін подання запитань | - | 3 лютого 2022 р. |
| 3. Кінцева дата надання відповідей на запитання | - | 4 лютого 2022 р. |
| 4. Дата подання пропозицій | - | 8 лютого 2022 р. |
| 5. Очікувана дата підписання договору | - | 10 лютого 2022 р. |

ІМР/ грантова діяльність «Добрі сусіди – одна країна» залишає за собою право вносити зміни до графіку заходів на власний розсуд.

7. Запитання і відповіді

Не пізніше встановленої вище (параграф 6 п. 2) дати заявник може звернутися із проханням роз'яснити будь-яке положення Запрошення до подання пропозиції, надіславши запитання на адресу ІМР tender@mdi.org.ua. Відповіді на запитання надсилаються електронною поштою усім потенційним учасникам, які висловили зацікавленість в участі у відборі, як зазначено в параграфі 3 «Подання пропозиції».

Лише письмові відповіді, направлені з офіційної електронної адреси ІМР tender@mdi.org.ua, або розміщені на вебсторінці ІМР www.mdi.org.ua, вважатимуться офіційними відповідями грантової діяльності «Добрі сусіди – одна країна» і розглядатимуться як такі під час прийняття і оцінювання пропозицій. Будь-які відповіді на запитання в письмовій та/або усній формі, отримані поза офіційними каналами зв'язку, у тому числі від працівників та/або інших представників ІМР чи грантової діяльності «Добрі сусіди – одна країна» або інших осіб, не можуть розглядатися як офіційні відповіді на запитання щодо подання конкурсних пропозицій.

8. Термін дії пропозиції

Пропозиції повинні залишатися дійсними не менш ніж тридцять (30) календарних днів після закінчення терміну подання пропозицій.

9. Основа визначення переможця конкурсу

Договір буде укладено із заявником, пропозиція якого відповідатиме вимогам ЗПП, технічному опису завдання і якій буде надана перевага за визначеними критеріями. Оцінюючи пропозиції, ІМР використовуватиме такі критерії:

Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
1. Технічний підхід, методологія	
1.1. Технічний та організаційний підхід до виконання роботи відповідно до технічного завдання	15
1.2. План роботи	10
<i>Загальна кількість балів за критерієм</i>	25
2. Досвід та кваліфікація	15
4. Ціна	60
Загальна кількість балів за всіма критеріями	100

Більш розгорнуто вищезазначені критерії оцінки розглянуті нижче.

1. Технічний підхід та методологія

Під час оцінки визначатиметься:

1.1. Комплексність підходу заявника до проведення інформаційної кампанії проєкту, що забезпечить збільшення охоплення цільової аудиторії та підвищення ефективності проведення інформаційної кампанії проєкту в соціальних мережах Facebook та Instagram;

Під час оцінки визначатиметься:

1.2. Відповідність плану роботи визначеним завданням та термінам їхнього виконання, якою мірою запропонований план роботи забезпечить досягнення основних результатів, які очікуються від продукту, що створюється

2. Досвід учасника (організації) у виконанні робіт у відповідній галузі

За даним критерієм на основі поданих резюме та дипломів буде оцінюватися досвід заявника у проведенні ефективних інформаційних та рекламних кампаній у соціальних мережах Facebook та Instagram у т. ч. щодо налаштування, автоматизації та ведення Facebook Ads (робота з кастомними аудиторіями); розуміння метрик; вміння докладно та зрозуміло скласти технічне завдання для дизайнера та контент-менеджера.

3. Ціна

Розрахунок кількості балів за критерієм «Ціна» відбувається за формулою:

$K_i = 60 \cdot [1 - (C_i - C_{\min}) / C_{\max}]$, де

60 – максимальна кількість балів по цьому критерію;

C_{\min} , C_{\max} – мінімальна та максимальна ціна, запропоновані учасниками конкурсу;

C_i – ціна виконання робіт учасником конкурсу, пропозиція якого оцінюється.

Учасник, який отримав найвищий сукупний бал, запрошується до обговорення умов Договору.

ІМР визначатиме переможця конкурсу на основі поданих пропозицій та може звернутися до учасників із проханням надати пояснення щодо поданої пропозиції перед визначенням переможця. Разом з тим ІМР залишає за собою право звернутися до учасників, пропозиції яких отримали високий бал, із проханням надати покращені та остаточні пропозиції з метою проведення додаткового конкурсу між учасниками, що надали найкращі пропозиції.

10. Обговорення Договору

Публікація цього Запрошення до подання пропозицій жодним чином не зобов'язує ІМР укладати Договір із фіксованою ціною з будь-якою організацією (компанією). Терміни та умови Договору будуть обговорені додатково з відібраним учасником.

Будь ласка, зверніть увагу, що проєкт міжнародної технічної допомоги АМР США DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні» не є стороною Договору. Будь-які заперечення (претензії) з боку учасника з усіма відповідними поясненнями надсилаються на розгляд ІМР, оскільки проєкт DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні» не розглядатиме заперечення (претензії) у межах подібних договорів, що фінансуються з боку USAID. ІМР приймає рішення щодо таких заперечень на рівні Виконавчого директора ІМР.

РОЗДІЛ II. ОБСЯГ РОБІТ

1. Основні положення

Грантова діяльність «Добрі сусіди – одна країна», що фінансується в рамках проекту міжнародної технічної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні» (далі – проект), є півторарічним проектом (квітень 2021 – вересень 2022 рр.), реалізацію якого забезпечує ВБО «Інститут місцевого розвитку».

Метою проекту «Добрі сусіди – одна країна» є поліпшення взаємодії громадян з місцевими групами громадянського суспільства через впровадження таких завдань: забезпечення поліпшення залучення громадян до громадського життя міст та побудову надійних партнерств між міськими радами, ОСББ, НУО та громадянами; розвиток культури добросусідства та громадянської культури в Луганській та Донецькій областях, що продемонструє усій Україні переваги і можливості об'єднання громадян у групи і коаліції; посилення взаємодії громадян з групами громадянського суспільства.

Одним із завдань грантової діяльності є планування та впровадження Комплексної інформаційно-комунікаційної кампанії щодо сприяння добросусідству у місцевих громадах Донецької та Луганської областей через мобілізацію громадянської активності в багатоквартирному житловому секторі, розвиток суспільної довіри, залучення співвласників багатоквартирних будинків до громадянських ініціатив на місцях, із подальшим поширенням успішних практик на регіональний та національний рівні.

Ключові інформаційні повідомлення для заінтересованих сторін стосуються таких основних аспектів:

- формування реалістичного уявлення про ОСББ як дієвого інструменту управління ББ, стимулювання у співвласників ББ готовності створити ОСББ та мотивування членів ОСББ до активної участі в управлінні будинком;
- збільшення організаційного потенціалу голів, правління ОСББ, ініціативних груп через навчання основам управління ОСББ, комунікації, психології, соціальних технологій стимулювання та організації колективних дій;
- зацікавлення, ГО, ГС, ЗМІ проблемами становлення інституту ОСББ, забезпечення з їхнього боку надійної і активної підтримки Руху ОСББ;
- налагодження надійного партнерства ОМС з ОСББ, зміцнення ставлення місцевої влади до ОСББ як до пріоритетної форми управління житлом у місті;
- формування культури добросусідства як середовища для розвитку комунікацій, поля спільних значень і смислів як основу взаєморозуміння; створення умов та стимулів для розвитку співробітництва, нагромадження успішного досвіду спільних дій, співробітництва; зміцнення відносин партнерства та довіри;
- кристалізації через комунікацію у людей різного віку цінностей доброзичливості, взаємності, небайдужості, відповідальності, солідарності, активного громадянства та популяризація ними зазначених цінностей;
- створення умов та стимулів для виходу творчих ініціатив співвласників ББ на рівень міста, об'єднання потенціалу ОСББ, АОСББ, ГО, ГС, ОМС у підтримці та стимулюванні громадських ініціатив, тощо.

Комплексна інформаційно-комунікаційна кампанія щодо сприяння добросусідству містить основні чотири компоненти/складові кампанії.

1. Комунікативна кампанія з актуалізації цінностей.

Мета: привернути увагу до цінностей «свободи», «відповідальності», «небайдужості», «активності», «ініціативності» через прості, доступні та сучасні інструменти, які відрізняються залежно від вікових груп населення.

2. Різномірне навчально-роз'яснювальна кампанія.

Мета: забезпечити доступ до якісного роз'яснювального та навчального контенту максимально широкої цільової аудиторії через єдину онлайн-платформу. Вона стає єдиним вікном для співвласників багатоквартирних будинків.

3. Підтримувальна інформаційна кампанія.

Мета: анонсувати, привернути увагу до всіх заходів проєкту в цілому.

4. Офлайн-кампанія «Від ОСББ до креативного простору твого міста».

Мета: осучаснити підхід до ОСББ як до єдиного потенціалу та можливості перетворень не лише для вирішення комунальних проблем, поєднати урбаністику, артпідхід до облаштування міського простору та промислову специфіку цільових громад.

Основними комунікаційними каналами інформаційної кампанії є соціальні медіа, у т. ч. Facebook та Instagram:

<https://www.facebook.com/GoodNeighborsOneCountry>

https://www.instagram.com/good_neighbors_one_country/

<https://www.facebook.com/creative.space.of.your.city/>

https://www.instagram.com/creative_space_of_your_city/

2. Мета

Метою цього Запрошення до подання пропозицій на закупівлю послуг таргетолога з підтримки (просування) інформаційної кампанії проєкту в соціальних мережах Facebook та Instagram на період 10 лютого 2022 року – 30 вересня 2022 року (всього 8 місяців)

3. Зміст послуг таргетолога з підтримки (просування) інформаційної кампанії проєкту в соціальних мережах Facebook та Instagram

- підбір оптимальної цільової аудиторії відповідно до цілей та завдань інформаційної кампанії, у т. ч. за віком, статтю, інтересами, поведінкою та геопозицією;
- оптимізація інформаційних повідомлень під запити цільової аудиторії;
- проведення А/Б-тестування інформаційних повідомлень;
- ведення звітності (результати проведення інформаційної кампанії за тиждень / місяць);

- аналіз ефективності просування інформаційної кампанії проєкту в соціальних мережах Facebook та Instagram, підготовка рекомендацій з підвищення ефективності, утілення рекомендацій;
- редагування креативних повідомлень (за необхідності);
- ведення листування з технічною підтримкою Facebook (за необхідності);
- інша діяльність зі сприяння збільшенню охоплення цільової аудиторії та підвищення ефективності проведення інформаційної кампанії проєкту в соціальних мережах Facebook та Instagram.

4 Етапи виконання робіт

1. Проведення аналізу ефективності просування інформаційної кампанії проєкту в соціальних мережах Facebook та Instagram, підготовка рекомендацій з підвищення ефективності, її проведення (виконання очікується до 21 лютого 2022 року)
2. Розробка плану підтримки проведення інформаційної кампанії на період лютий – вересень 2022 року (виконання очікується до 25 лютого 2022 року)

Стислу версію у вигляді робочого плану з основними орієнтирами та індикаторами (цільовими показниками) необхідно заповнити у процесі підготовці технічної пропозиції та подати як її частину, згідно з шаблоном, наданим нижче:

Період, протягом якого надаються послуги таргетолога	Заходи з просування (підтримки) інформаційної кампанії	Плановий цільовий показник ефективності просування інформаційної кампанії (охоплення цільової аудиторії за звітний період), кількість осіб
Лютий 2022 року		
Березень 2022 року		
Квітень 2022 року		
Травень 2022 року		
Червень 2022 року		
Липень 2022 року		
Серпень 2022 року		
Вересень 2022 року		
Разом		

3. Виконання плану підтримки проведення інформаційної кампанії на період лютий – вересень 2022 року.

ДОДАТОК А: Супровідний лист (форма)

Офіційний бланк організації

Дата _____

Шановний п. Тормосов!

Ми, що нижче підписалися, пропонуємо виконати послуги таргетолога з підтримки (просування) інформаційної кампанії проекту в соціальних мережах Facebook та Instagram на період 8 календарних місяців: лютий-вересень 2022 року. Цим надаємо нашу Пропозицію, яка містить Технічну пропозицію і Цінову пропозицію.

Цим заявляємо, що вся інформація у цій Пропозиції відповідає дійсності, і приймаємо умови, відповідно до яких наявність будь-якої інформації, що не відповідає дійсності, може призвести до дискваліфікації учасника.

Цим ми зобов'язуємося обговорити терміни та умови реалізації Договору у випадку, якщо таке обговорення відбудеться протягом терміну дії цієї Пропозиції, тобто впродовж 30 (тридцяти) днів із дати її подання, а також підтверджуємо зобов'язання дотримуватися умов і термінів цієї Пропозиції, які може бути змінено за результатами обговорення.

У разі прийняття нашої пропозиції зобов'язуємося розпочати виконання робіт відповідно до завдання не пізніше 3 календарних днів із дати підписання Договору.

Ми розуміємо, що Проєкт не зобов'язаний прийняти будь-яку пропозицію з отриманих.

З повагою,

Підпис уповноваженої особи (прізвище повністю та ініціали):

Посада:

Назва організації:

Адреса:

Анкета учасника

Офіційна назва організації (компанії):

Тип організації (компанії):

Адреса організації (компанії):

Поштова адреса (у тому числі поштовий індекс) (якщо інша):

Тел.:

Факс:

Електронна пошта:

Контактні особи та їхні посади:

Ідентифікаційний номер платника податків:

Банківські реквізити:

Інші документи, що вимагаються:

- 1) копія Витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань;
- 2) копія Свідоцтва про державну реєстрацію;
- 3) опис досвіду і кваліфікації (резюме) запропонованих виконавців;
- 4) копії дозвільних документів на право займатись діяльністю, яка буде предметом договору.

ДОДАТОК Б: Кошторис (форма)

КОШТОРИС ВИТРАТ

на виконання послуг з таргетолога з підтримки (просування) інформаційної кампанії проекту в соціальних мережах Facebook та Instagram на період 8 календарних місяців: лютий-вересень 2022 року.

	Найменування етапів надання послуг	Термін виконання (початок-закінчення) місяць, рік	Вартість, грн	Результат
Етап 1	Проведення аналізу ефективності просування інформаційної кампанії проекту в соціальних мережах Facebook та Instagram, підготовка рекомендацій з підвищення ефективності, її проведення			
Етап 2	Розробка плану підтримки проведення інформаційної кампанії на період лютий – вересень 2022 року			
Етап 3	Виконання плану підтримки проведення інформаційної кампанії на період лютий – вересень 2022 року			
Разом				

Підпис уповноваженої особи (Прізвище повністю та ініціали):

Посада:

Назва організації: