



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



**ІНСТИТУТ
МІСЦЕВОГО
РОЗВИТКУ**

Громада – влада: діалог, довіра, дія

19 квітня 2024 року

Шановні пані та панове!

Всеукраїнська благодійна організація «Інститут місцевого розвитку» (ІМР), яка забезпечує реалізацію грантової діяльності «Громада – влада: діалог, довіра, дія», яка фінансується в рамках проекту міжнародної технічної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні» за грантовою угодою № SE-061-G-017–2023 від 21 вересня 2023 року, оголошує про закупівлю послуг **З ПІДТРИМКИ (ПРОСУВАННЯ) ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ ПРОЄКТУ «ГРОМАДА – ВЛАДА: ДІАЛОГ, ДОВІРА, ДІЯ» В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ FACEBOOK ТА INSTAGRAM (ПОСЛУГИ ТАРГЕТОЛОГА) на період 4 календарних місяці: травень - серпень 2024 року.**

Метою грантової діяльності «Громада – влада: діалог, довіра, дія» є розширення та інституалізація взаємодії громадян і груп громадянського суспільства з органами місцевої влади, зміцнення взаємної довіри через впровадження для органів місцевого самоврядування (ОМС) і громадськості освітнього, інформаційного й інституційного забезпечення партисипативних процесів та експертну допомогу у розв'язанні конкретних проблем територіальних громад Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Кіровоградської, Одеської, Миколаївської та Харківської областей України.

Одним із завдань грантової діяльності є планування та впровадження Інформаційно-комунікаційної кампанії, яка спрямована на запуск інформаційної хвилі з контентом про партисипацію на трьох рівнях: цінностей, знань, дій. Складовими інформаційно-комунікаційної кампанії будуть: медіакампанія із просування цінностей партисипації (довіра, взаєморозуміння, ініціативність, гендерна рівність, інклюзивність, партнерство тощо); просвітня кампанія для набуття знань щодо партисипативного врядування (форми, методи, інструменти громадської участі) та закріплення відповідних практик (які базуватимуться на сюжетній лінії: ситуація «до», або «було» — об'єдналися і спільно зробили — нова ситуація «після», або «стало»); кампанія з підтримки та інформаційного супроводу реалізації всіх завдань проекту, що стимулюватимуть до колективних дій.

Для набуття знань щодо партисипативного врядування та закріплення відповідних практик ІМР підготує 30 інформаційно-просвітницьких матеріалів для розповсюдження серед широкого загалу громадянського суспільства в електронному вигляді через соціальні мережі та онлайн-ресурси ІМР. Під час інформаційної кампанії ІМР здійснюватиме регулярний постинг у соціальних мережах та на онлайн-ресурсах ІМР про усі заходи проекту для ширшого залучення мешканців цільових громад, включаючи вразливі групи, організації громадянського суспільства (ОГС), до проекту. Планується розміщення аналітичних публікацій, інфографіки, відеороликів з лекціями експертів.

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

<https://www.facebook.com/mdiorgua> (сторінка IMP у соціальній мережі Facebook);

<https://www.facebook.com/GoodNeighborsOneCountry/> (сторінка проєкту у соціальній мережі Facebook);

https://www.instagram.com/good_neighbors_one_country/ (сторінка проєкту у соціальній мережі Instagram);

<https://www.facebook.com/EnEfSchools> (сторінка проєкту «Енергоефективні школи» у соціальній мережі Facebook)

<https://www.instagram.com/energyschool.dtek/> (сторінка проєкту «Енергоефективні школи» у соціальній мережі Instagram)

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 реалізації інформаційної кампанії.

Термін подання пропозицій

Зацікавлені організації (компанії) та інші суб'єкти підприємницької діяльності запрошуються подати свої пропозиції до IMP **23:59 29 квітня 2024 року** на електронну адресу tender@mdi.org.ua.

Оголошення результатів

Очікувана дата оголошення результатів закупівлі послуг – **30 квітня 2024 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.

IMP 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**

Громада – влада: діалог, довіра, дія

**ЗАПРОШЕННЯ ДО ПОДАННЯ ПРОПОЗИЦІЇ
№ Р-02-23/3**

**ПОСЛУГИ З ПІДТРИМКИ (ПРОСУВАННЯ) ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ
ПРОЄКТУ «ГРОМАДА – ВЛАДА: ДІАЛОГ, ДОВІРА, ДІЯ» В СОЦІАЛЬНИХ
МЕРЕЖАХ FACEBOOK ТА INSTAGRAM (ПОСЛУГИ ТАРГЕТОЛОГА) НА ПЕРІОД
4 КАЛЕНДАРНИХ МІСЯЦІ: ТРАВЕНЬ - СЕРПЕНЬ 2024 РОКУ**

**Виконавець проєкту «Громада – влада: діалог, довіра, дія»:
ВБО «Інститут місцевого розвитку»**

**Київ, Україна
2024**

**Грантова діяльність «Громада – влада: діалог, довіра, дія» фінансується АМР США
(USAID) в рамках проєкту DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні»**

Грантова угода № SE-061-G-017–2023

Зміст

РОЗДІЛ I. ІНСТРУКЦІЇ ЩОДО ПОДАННЯ ПРОПОЗИЦІЙ.....	5
1. Вступ.....	5
2. Вимоги щодо звільнення від сплати ПДВ.....	5
3. Подання пропозиції.....	6
4. Вимоги.....	6
4.1. Загальні вимоги.....	6
4.2. Вимоги до подання пропозицій.....	7
5. Джерела фінансування і географічні коди.....	8
6. Графік заходів.....	8
7. Запитання і відповіді.....	8
8. Термін дії пропозиції.....	8
9. Основа визначення переможця конкурсу.....	9
10. Обговорення Договору.....	10
РОЗДІЛ II. ОБСЯГ РОБІТ.....	11
1. Основні положення.....	11
2. Мета.....	12
3. Зміст послуг таргетолога з підтримки (просування) інформаційної кампанії проекту в соціальних мережах Facebook та Instagram.....	12
4. Етапи виконання робіт.....	12
ДОДАТОК А: Супровідний лист (форма).....	14
ДОДАТОК Б: Кошторис (форма).....	16

РОЗДІЛ І. ІНСТРУКЦІЇ ЩОДО ПОДАННЯ ПРОПОЗИЦІЙ

1. Вступ

Всеукраїнська благодійна організація «Інститут місцевого розвитку» (ІМР), яка забезпечує реалізацію грантової діяльності «Громада – влада: діалог, довіра, дія», яка фінансується в рамках проекту міжнародної технічної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні» за грантовою угодою № SE-061-G-017–2023 від 21 вересня 2023 року, оголошує про закупівлю послуг З ПІДТРИМКИ (ПРОСУВАННЯ) ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ ПРОЄКТУ «ГРОМАДА – ВЛАДА: ДІАЛОГ, ДОВІРА, ДІЯ» В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ FACEBOOK ТА INSTAGRAM (ПОСЛУГИ ТАРГЕТОЛОГА) на період 4 календарних місяці: травень - серпень 2024 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 або іншого суб'єкту підприємницької діяльності (надалі – Виконавець) вимагатиметься дотримання вимог Договору.

У Договорі з фіксованою ціною зазначаються результати роботи або кінцевий продукт, який має бути створений Виконавцем. Як випливає 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 І «Інструкції щодо подання пропозицій» цього Запрошення до подання пропозиції (далі – ЗПП). Розділ І «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 проектом 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 відібраний 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) та інші суб'єкти підприємницької діяльності 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 Заявниками, 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) та інші суб'єкти підприємницької діяльності, 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-02-23/3, подана: (назва організації)».

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

Пропозиції необхідно подати не пізніше **23:59 29 квітня 2024 року**. ІМР не розглядатиме пропозиції, подані із запізненням.

Заявники 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 завіреним 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 | - | 20 квітня 2024 р. |
| 2. Кінцевий термін подання запитань | - | 24 квітня 2024 р. |
| 3. Кінцева дата надання відповідей на запитання | - | 25 квітня 2024 р. |
| 4. Дата подання пропозицій | - | 29 квітня 2024 р. |
| 5. Очікувана дата підписання договору | - | 01 травня 2024 р. |

ІМР/грантова діяльність «Громада – влада: діалог, довіра, дія» 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 «Громада – влада: діалог, довіра, дія» 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 «Громада – влада: діалог, довіра, дія» 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	10
1.2. План роботи	10
<i>Загальна кількість балів за критерієм</i>	20
2. Досвід та кваліфікація	20
3. 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 проекту у соціальних мережах, що забезпечить збільшення охоплення цільової аудиторії та підвищення ефективності проведення інформаційної кампанії проекту 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 цим 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:

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

60 – максимальна кількість балів за цим критерієм;

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 для 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 «Громада – влада: діалог, довіра, дія», що фінансується в рамках проекту міжнародної технічної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) DG EAST «Демократичне врядування у Східній Україні» (далі – проект), є річним проектом (вересень 2023 – вересень 2024 рр.), реалізацію якого забезпечує ВБО «Інститут місцевого розвитку».

Метою грантової діяльності «Громада – влада: діалог, довіра, дія» є розширення та інституалізація взаємодії громадян і груп громадянського суспільства з органами місцевої влади, зміцнення взаємної довіри через впровадження для органів місцевого самоврядування (ОМС) і громадськості освітнього, інформаційного й інституційного забезпечення партисипативних процесів та експертну допомогу у розв'язанні конкретних проблем територіальних громад Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Кіровоградської, Одеської, Миколаївської та Харківської областей України.

Одним із завдань грантової діяльності є планування та впровадження Інформаційно-комунікаційної кампанії, яка спрямована на запуск інформаційної хвилі з контентом про партисипацію на трьох рівнях: цінностей, знань, дій. Складовими інформаційно-комунікаційної кампанії будуть: медіакампанія із просування цінностей партисипації (довіра, взаєморозуміння, ініціативність, гендерна рівність, інклюзивність, партнерство тощо); просвітня кампанія для набуття знань щодо партисипативного врядування (форми, методи, інструменти громадської участі) та закріплення відповідних практик (які базуватимуться на сюжетній лінії: ситуація «до», або «було» — об'єдналися і спільно зробили — нова ситуація «після», або «стало»); кампанія з підтримки та інформаційного супроводу реалізації всіх завдань проекту, що стимулюватимуть до колективних дій.

Для набуття знань щодо партисипативного врядування та закріплення відповідних практик ІМР підготує 30 інформаційно-просвітницьких матеріалів для розповсюдження серед широкого загалу громадянського суспільства в електронному вигляді через соціальні мережі та онлайн-ресурси ІМР. Під час інформаційної кампанії ІМР здійснюватиме регулярний постинг у соціальних мережах та на онлайн-ресурсах ІМР про усі заходи проекту для ширшого залучення мешканців цільових громад, включаючи вразливі групи, організації громадянського суспільства (ОГС), до проекту. Планується розміщення аналітичних публікацій, інфографіки, відеороликів з лекціями експертів.

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

<https://www.facebook.com/mdiorgua> (сторінка ІМР у соціальній мережі Facebook);

<https://www.facebook.com/GoodNeighborsOneCountry/> (сторінка проекту у соціальній мережі Facebook);

https://www.instagram.com/good_neighbors_one_country/ (сторінка проекту у соціальній мережі Instagram);

<https://www.facebook.com/EnEfSchools> (сторінка проекту «Енергоефективні школи» у соціальній мережі Facebook)

<https://www.instagram.com/energyschool.dtek/> (сторінка проекту «Енергоефективні школи» у соціальній мережі Instagram)

2. Мета

Метою цього Запрошення до подання пропозицій на закупівлю послуг таргетолога з підтримки (просування) інформаційної кампанії проекту в соціальних мережах Facebook та Instagram на період 4 календарних місяці: травень - серпень 2024 року.

3. Зміст послуг таргетолога з підтримки (просування) інформаційної кампанії проекту 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 проекту в соціальних мережах Facebook та Instagram, підготовка рекомендацій з підвищення ефективності, втілення 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 проекту в соціальних мережах Facebook та Instagram.

4. Етапи виконання робіт

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
Травень 2024 року		
Червень 2024 року		
Липень 2024 року		
Серпень 2024 року		
Разом		

Цільовим показником охоплення інформаційної кампанії є такий: кількість людей, охоплених медіапродуктами/матеріалами – 160 000 осіб.

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 проєкту в соціальних мережах Facebook та Instagram на період 4 календарних місяці: травень - серпень 2024 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 4 календарних місяці: травень - серпень 2024 року.

Період, протягом якого надаються послуги таргетолога	Вартість послуг, грн	Плановий цільовий показник ефективності просування інформаційної кампанії (охоплення цільової аудиторії за звітний період)
Травень 2024 року		
Червень 2024 року		
Липень 2024 року		
Серпень 2024 року		
Разом		

Підпис уповноваженої особи (Прізвище та ініціали):

Посада:

Назва організації: