

## Запрос предложений

27.03.2020

**Учреждение “Социальные изменения” приглашает заинтересованных поставщиков услуг представить свое Техническое и Финансовое предложения по запрашиваемым услугам: разработка детальной концепции рекламной кампании инфолинии по безопасному выезду за границу Программы «Ла Страда» и изготовление информационно-графических материалов на основе выбранной концепции.**

Более подробная информация изложена в прилагаемом **Техническом задании (Раздел IV, стр.20-24).**

Поставщик услуг будет выбран на основании описанных в настоящем Запросе предложений процедур определения наилучшего соотношения цены и качества.

Настоящий Запрос предложений включает следующие документы:

Раздел I. Инструкции для поставщиков услуг

Раздел II. Техническое предложение

Раздел III. Финансовое предложение

Раздел IV. Техническое задание

**Заказчик:** Консультационно-информационное учреждение по социальной поддержке граждан в трудной жизненной ситуации «Социальные изменения»

**Начало выполнения работ:** после заключения договора.

**Сроки:** май – июль 2020 года.

Если Поставщик предоставляет услуги без НДС, необходимо указать причину для освобождения от уплаты НДС.

Коммерческое предложение должно быть **подписано** уполномоченным лицом с указанием его ФИО, должности. На коммерческом предложении должна стоять **печать** при ее наличии у поставщика услуг. Коммерческие предложения без даты не принимаются.

**Полный пакет документов должен быть отправлен по электронной почте [info@lastrada.by](mailto:info@lastrada.by) до 20 апреля 2020 года с указанием в теме**

**письма «Разработка рекламной кампании»** . Предложения, полученные позднее указанного срока, рассматриваться не будут.

## **ТРЕБОВАНИЯ К ПОДРЯДЧИКУ И ЕГО ПЕРСОНАЛУ**

К участию в тендере приглашаются организации, работающие в области создания рекламной продукции, в частности разработки дизайн-макетов брендовой продукции. Компания-претендент должна соответствовать следующим минимальным требованиям:

- Государственная регистрация в качестве юридического лица / индивидуального предпринимателя в стране постоянного местонахождения компании (предоставление копии свидетельства).
- Опыт работы в области создания рекламной продукции, в частности разработки концепций рекламных кампаний, дизайн-макетов брендовой продукции не менее 2 лет.
- Наличие Портфолио, содержащее не менее 3 (трех) аналогичных успешных проектов, реализованных компанией либо ее ключевыми сотрудниками. Наличие положительных отзывов от клиентов, которым за последние 2 года оказывались подобные услуги.

## **Раздел I. - Инструкции для поставщиков услуг**

1. К участию в тендере на оказание необходимых услуг и к подаче Коммерческого предложения допускаются только поставщики услуг, удовлетворяющие установленным критериям. Предложение будет являться основой для переговоров о подписании контракта и, в конечном итоге, для подписания контракта с выбранным поставщиком услуг.
2. Расходы, понесенные поставщиком услуг в связи с подготовкой предложения и ведением переговоров о заключении контракта не подлежат возмещению в качестве прямых расходов в рамках данного задания.
3. Поставщик услуг не может быть нанят для задания, которое вступает в противоречие с его прежними или текущими обязательствами перед другими поставщиками, или которое может поставить его в положение, когда он не в состоянии выполнить задание наилучшим образом.
4. Учреждение “Социальные изменения” не обязано принимать ни одно из предложений и оставляет за собой право аннулировать процедуру отбора в любой момент времени до присуждения контракта. При этом учреждение

“Социальные изменения” не несет никаких обязательства в отношении поставщиков услуг.

5. Все сотрудники учреждения “Социальные изменения”, участники конкурса, производители, поставщики или продавцы должны соблюдать самые строгие этические нормы в течение конкурсного процесса и выполнения всех контрактов. Учреждение “Социальные изменения” обязано отклонить любое предложение участников конкурса или, где это применимо, расторгнуть соответствующий договор, если будет установлено, что подрядчик вовлечен в коррупционные, мошеннические, принудительные действия или сговор. Во исполнение этой политики применяются следующие определения изложенных ниже терминов:

- Коррупционное действие означает предложение, дачу, получение или требование, прямо или косвенно, каких-либо ценностей с целью оказать влияние на принятие решения закупочной организации/ заказчика в процессе выбора подрядчика или исполнения контракта;
- Мошенническим действием признается любое действие или бездействие, в том числе предоставление неверной информации, что сознательно или по неосторожности вводит в заблуждение или является попыткой ввести в заблуждение закупочную организацию/ заказчика в процессе закупок или исполнения договора с целью получения финансовой или иной выгоды и/или избегания ответственности;
- Сговором является тайная договоренность между двумя или более претендентами на подряд, чтобы искусственным путем повлиять на результаты конкурса с целью получения финансовой или другой выгоды;
- Принудительным действием считается прямое или косвенное причинение ущерба или вреда, или угроза причинения ущерба или вреда любому участнику конкурсного процесса в целях оказания ненадлежащего влияния на его действия в процессе выбора подрядчика или на исполнение договора.

6. Уточнения и поправки к конкурсной документации.

6.1. В любой момент до истечения крайнего срока подачи предложений Заказчик может изменить данный запрос предложений путем внесения поправок. Все Поставщики услуг фирмы, прошедшие предварительный отбор и получившие письменные приглашения, будут проинформированы о внесенной поправке.

6.2. Поставщики услуг могут запросить разъяснения по любой части данного Приглашения к участию в тендере. Запрос должен быть направлен в письменном виде или по электронной почте [info@lastrada.by](mailto:info@lastrada.by) за 5 дней до окончания срока подачи.

## 7. Подготовка предложений

Предложение поставщика услуг должно состоять из:

- 1) технического предложения;
- 2) финансового предложения;

Поставщики услуг должны тщательно изучить документы, составляющие данное Приглашение к участию в тендере. Недостаточность предоставленной информации в соответствии с данным Приглашением может привести к отклонению предложения.

7.1. **Техническое предложение** должно содержать следующую информацию, заключенную в стандартные формы Технического предложения:

- 1) Формы TPF 1, TPF2 (Раздел III).
- 2) Произвольная форма – описание предыдущего опыта реализации подобных проектов, портфолио).
- 3) Форма TPF3 – Концепция. Предложение по реализации услуги согласно Техническому заданию

Техническое предложение должно полностью исключать какую-либо финансовую информацию.

### 7.2. Финансовое предложение.

7.2.1. При подготовке Финансового предложения консультанты должны учитывать требования и условия, изложенные в данном Приглашении. Финансовое предложение должно быть подготовлено с использованием форм FPF 1 - FPF 2 (Раздел IV).

7.2.2. Финансовое предложение должно включать в себя все расходы, связанные с заданием. Все предметы (товары) и мероприятия, описанные в Техническом предложении, должны быть оценены индивидуально. Предполагается, что стоимость предметов (товаров) и мероприятий Технического предложения, которые не оценены индивидуально, включена в стоимость других предметов (товаров) или мероприятий.

7.2.3. Поставщик услуг должен указать цены на свои услуги **в долларах США** с учетом уплаты всех налогов согласно законодательству. Оплата будет производиться в белорусских рублях по курсу доллара США, установленному Национальным банком Республики Беларусь на дату проведения платежа.

8.6. После окончания срока подачи конкурсных предложений, все предложения будут оценены Комиссией (далее - Комиссия).

## 9. Оценка предложений

9.1. После того, как Предложения были переданы Комиссии и в течение периода оценки, поставщикам услуг, представившим свои Предложения, запрещается вступать в любой контакт с любым членом Комиссии в отношении вопросов, связанных с их Предложениями. Любая попытка со стороны поставщиков услуг повлиять на процесс изучения, оценки и вынесения рекомендаций по присуждению контракта может привести к отстранению поставщика услуг от участия в конкурсе.

#### 10. Техническая оценка.

10.1. Вся процедура оценки, в том числе представление результатов и утверждение уполномоченным органом, должна быть завершена в срок, не более чем 20 (Двадцать) календарных дней после даты окончания приема Предложений.

10.2. Комиссия оценивает Предложения на основе их соответствия требованиям Технического задания, соответствия требованиям Приглашения к участию в тендере и путем применения критериев, подкритериев оценки и балльной системы. Каждый оцениваемое Предложение получит технический балл (St). Предложение с наибольшим количеством баллов будет идентифицировано как Предложение с наивысшей оценкой/Лидер рейтинга предложений.

10.3. Предложение, не отвечающее важным требованиям ТЗ или не достигшее минимального технического балла (65 %), будет отклонено на данном этапе.

10.4. Технические предложения поставщиков услуг будут оцениваться на основе следующих критериев и подкритериев:

#### **Форма оценки предложений**

	Макс. баллов	Баллы, присвоенные поставщику	Удельный вес (%)	Общие баллы
1.Идея, оригинальность и творческий подход к созданию концепции, соответствие ТЗ	100		40%	
2. Степень, глубина, тщательность проработки заявки для последующего предоставления запрашиваемых	100		20 %	

услуг				
3 Опыт работы агентства/ключевых сотрудников по разработке подобных социальных кампаний (по 20 баллов за каждый проект, но не более 100 баллов в целом)	100		10%	
4 Качество реализованных проектов (портфолио из не менее трех аналогичных успешных проектов, реализованных компанией либо ее ключевыми сотрудниками).	100		20%	
5. Опыт работы с международным и общественными организациями (по 20 баллов за каждый контракт агентства и/или партнерство ключевых сотрудников, но не более 100 баллов в целом)	100		5%	
6. Наличие положительных отзывов от клиентов, которым за последние 2 года были оказаны аналогичные услуги (Минимум 2 – 70 баллов, по 10 баллов за каждый дополнительный, но не более 100 баллов в целом)	100		5%	
ВСЕГО 600 100 %	600		100%	

По пунктам 1 и 2 максимальное количество баллов будет присвоено предложениям, в которых глубоко проработана –предлагаемая идея и предложен креативный и наиболее эффективный способ донесения посыла рекламной компании до целевой группы

10.5 Техническое предложение не будет рассматриваться и оцениваться в любом из следующих случаев:

- а) несвоевременное представление, т. е., после установленного срока;
- б) несоблюдение любого из технических требований и условий, предусмотренных Инструкцией для поставщиков услуг и Техническим заданием (ТЗ)

## 11. Оценка финансового предложения.

11.1. После завершения оценки Технического предложения, Комиссия приступает к оценке Финансового предложения.

11.2. Комиссия определяет полноту Финансового предложения, проверяя наличие всех необходимых форм, а также наличие оценки всех требуемых компонентов.

### 11.2. Критерии оценки Финансовых предложений следующие:

а) самое низкое по цене Финансовое предложение F1 получит финансовый балл (Sf) равный 100.

б) финансовый балл других Финансовых предложений рассчитывается по следующей формуле:  $Sf = 100 \times F1 / F$  Где: Sf – это финансовый балл рассматриваемого Финансового предложения, F1 – цена самого низкого Финансового предложения, и F – цена рассматриваемого Финансового предложения.

Предложения должны быть выстроены по порядку в соответствии с их суммарным баллом (Sc), объединяющим технический балл (St) и финансовый балл (SF).

Соискатель, получивший в сумме (технический балл и финансовый балл) наивысшей балл, будет приглашен на переговоры.

## 12. Переговоры

12.1. Целью переговоров является достижение согласия по всем пунктам и подписание контракта. Дата и адрес проведения переговоров будут установлены отдельно.

12.2. Переговоры будут включать:

- а) обсуждение и разъяснение Технического задания (ТЗ) и объем услуг;
- б) обсуждение и окончательное утверждение методологии и плана работы, предложенных поставщиком услуг;
- д) обсуждение Финансового предложения, представленного поставщиком услуг;
- е) обсуждение условий и положений проекта договора.

12.3. В завершение переговоров Заказчик и поставщик услуг парафируют согласованный договор. Если в ходе переговоров стороны не достигли согласия, Заказчик приглашает следующего в рейтинге поставщика услуг

для проведения переговоров. Если переговоры по-прежнему не приведут к успеху, Заказчик повторяет данный процесс со следующим кандидатом в рейтинге поставщиков, пока переговоры не будут успешно завершены.

12.4. Ожидается, что поставщик услуг приступит к выполнению задания не позднее мая 2020 года.

### 13. Конфиденциальность.

Информация, относящаяся к оценке предложений и рекомендаций, касающихся присуждения контракта, не подлежит разглашению поставщикам услуг, которые представили свои Предложения или другим лицам, официально не связанным с этим процессом. Неправомерное использование любым из поставщиков услуг конфиденциальной информации, связанной с процессом отбора, может привести к отстранению поставщика услуг от участия в конкурсе.

## Раздел II.

### ТЕХНИЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

#### Стандартные формы

##### **ТРФ 1: Форма подачи технического предложения**

[Место, Дата]

Директору учреждения “Социальные изменения” Нестерук Елене Григорьевне

Мы, нижеподписавшиеся, предлагаем свои услуги по [вставить название] в соответствии с Вашим Приглашением к участию в тендере от [вставить дату] и нашим Предложением. Настоящим мы представляем наше Предложение, которое включает в себя Техническое предложение и Финансовое предложение. Наше Предложение носит юридически обязательный характер и может быть изменено в результате переговоров по контракту.

Мы понимаем, Заказчик (учреждение “Социальные изменения”) не обязана принимать любое из полученных предложений.

С уважением,

Подпись уполномоченного лица:

Имя и должность:



Название организации:

Адрес:

**ФОРМА ТРФ 2: Организация поставщика услуг**

Необходимо заполнить информационную форму Претендента:

1	Название юридического лица (Претендента):	
2	Юридический адрес:	
3	Номер телефона:	
4	Электронный адрес:	
5	Факс:	
6	Страна, место регистрации:	
7	Год регистрации:	
8	Наименование организации, выдавшей свидетельство о регистрации (регистрационное удостоверение):	
9	Номер налогоплательщика:	
10	Информация о банке, банковские реквизиты:	
11	ФИО и должность главы компании/организации:	
12	Специализация компании/организации:	
13	Информация о том, производится ли в отношении Претендента процедура банкротства, находится ли Претендент на стадии ликвидации	

	юридического лица и наложен ли арест на имущество Претендента:	
14	Контактное лицо по тендерному предложению:	

Подписавший данную форму Поставщик гарантирует и не возражает против включения в договор следующих пунктов:

**Поставщик подтверждает и гарантирует, что:**

1. Он является платежеспособным и лицензированным, обладает надлежащими кадровыми ресурсами, оборудованием, компетенцией, профессионализмом и знаниями, необходимыми для полного и удовлетворительного оказания Услуг, в течение установленного срока согласно Договора.

2. Никто из сотрудников учреждения «Социальные изменения» или третьей стороны не приобретал, и не будет получать от Поставщика предложения о приобретении какой-либо прямой или косвенной выгоды или вознаграждения в связи с настоящим Соглашением, равно как и после его выполнения.

3. Поставщик будет соблюдать высокие этические стандарты при выполнении Договора, включая недопущение дискриминации и эксплуатации, а также деятельности, несовместимой с правами, закрепленными в Конвенции о правах ребенка;

4. Поставщик будет предпринимать все соответствующие меры для предотвращения сексуальной эксплуатации и насилия (СЭН), а также попыток или угроз их совершения со стороны его сотрудников и любых других лиц, привлеченных для выполнения любой деятельности, связанной с Договором, и находящихся под руководством Поставщика. Для достижения целей Договора, меры по предотвращению сексуальной эксплуатации и насилия включают в себя:

(а) Обмен денежными средствами, товарами, услугами, льготами, возможность продвижения по службе или другие преимущества для оказания услуг сексуального характера, включая действия унижающие достоинство, злоупотребление уязвимым положением, властью или доверием в сексуальных целях, физическое посягательство сексуального характера с применением силы, в неравных условиях, либо по принуждению.

(б) Вступление в сексуальную связь с лицом, не достигшим 18 лет («ребенок»), за исключением случая, когда ребенок может вступать в

законный брак с сотрудником или лицом из числа другого персонала, не достигнув совершеннолетия в странах их гражданства.

5. Поставщик всеми силами будет препятствовать возникновению сексуальных отношений между своими сотрудниками и бенефициарами учреждения «Социальные изменения».

6. Своевременно информировать учреждение «Социальные изменения» о любых жалобах и подозрениях в СЭН, и расследовать и принимать надлежащие меры по исправлению положения, в том числе принятие дисциплинарных мер по отношению к лицу, совершившему СЭН.

*[Имя и подпись уполномоченного лица, печать  
при наличии]  
[Должность]*

*[Дата]*

### **Произвольная форма (портфолио)**

В произвольной форме опишите свой опыт участия в аналогичных проектах. Укажите время осуществления проекта; описание оказанных вами услуг/разработанной рекламной кампании, название и контактные данные компании-заказчика.

### **Форма TPF 3: Креативная концепция**

[Предложите не менее 2-х креативных концепций информационной кампании согласно ТЗ, включая идею, создание образов и ключевых посланий для целевой аудитории. Опишите подход и методологию выполнения объема работ. Включите Ваши любые предположения или комментарии относительно данных, услуг поддержки и других аспектов, указанных в ТЗ или те, которые посчитаете нужными, а также подробное описание того, как ваша компания/агентство может обеспечить выполнение ТЗ.]

## Раздел III. – ФИНАНСОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

### Стандартные формы

#### **FPF 1: Форма подачи финансового предложения**

[Местонахождение, дата]

Кому: Директору учреждения “Социальные изменения” Нестерук Елене Григорьевне

Мы, нижеподписавшиеся, представляем Вам наше Финансовое предложение на сумму [*сумма прописью и цифрами*]. Данная сумма включает НДС, который оценен нами в размере [*сумма(ы) прописью и цифрами*]. Наше Финансовое предложение действительно до [*вставьте срок действия*].

Мы подтверждаем, что мы ознакомились, поняли и принимаем Инструкцию для поставщиков услуг, Техническое задание (ТЗ) и другие формы, приложения и дополнения, направленные нам вместе с Запросом предложений.

Мы понимаем, Заказчик не обязан принимать любое из полученных предложений.

С уважением,

Подпись уполномоченного лица:

Имя и должность:

Название организации:

Адрес:

#### **FPF 2: Примерная форма прейскуранта**

##### **Калькуляция ценового предложения**

Калькуляция ценового предложения должна включать в себя все затраты на выполнение работ. Любые командировочные расходы, связанные с выполнением работ, такие как стоимость проезда и проживания, а также все прочие накладные расходы должны быть включены в общую стоимость предложения.

**Калькуляция - Форма** (является примерной, может быть представлена Поставщиком услуги в индивидуальной форме).

Описание услуги	Количество	Стоимость (без НДС)	Стоимость (с НДС)	Сроки
1. Разработка концепции промокампании (идея, keyvisuals)				
2. Разработка серии текстово-графических объявлений для продвижения услуг инфолинии в сети Интернет (с изображением)				
3. Разработка серии текстово-графических объявлений для продвижения услуг инфолинии в сети Интернет (с видеодополнением)				
4. Разработка видеообъявления (30 сек.) для размещения рекламы на YouTube - минимум 3 сюжета				

5. Разработка баннеров без анимации (статика) минимум 3 сюжета.				
6. Разработка баннеров с анимацией (минимум 3 сюжета)				
7. Разработка макетов печатной продукции (листовки А4, А5, А0) - минимум 3 сюжета				
8. Проведение фокус групп для тестирования эффективности информационного послания и материалов кампании.				
Предполагаемые накладные расходы по этапам 1-8				
<b>ВСЕГО без НДС</b>				
<b>ВСЕГО с НДС</b>				

Подпись и печать претендента  
и должность

\_\_\_\_\_ ФИО

## **Раздел IV. – ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА РАЗРАБОТКУ ДЕТАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ И ИЗГОТОВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ИНФОРМАЦИОННО-ГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВЕ ВЫБРАННОЙ КОНЦЕПЦИИ.

### **1.ОПИСАНИЕ**

Консультационно-информационное учреждение по социальной поддержке граждан в трудной жизненной ситуации «Социальные изменения» - некоммерческая организация, которая администрирует в Беларуси международный проект по безопасной миграции и противодействию торговле людьми «Ла Страда» ([www.lastrada.by](http://www.lastrada.by)).

Программа “Ла Страда” - крупная национальная программа по содействию безопасной миграции, помощи пострадавшим от торговли людьми, сексуальной и трудовой эксплуатации.

Мы - полноправный член международной ассоциации «Ла Страда Интернешнал» (La Strada International), в которую входят 29 организаций из 24 европейских стран.

Сегодня Программа «Ла Страда Беларусь» - это:

- эксперты и консультанты в области безопасной миграции и противодействия торговле людьми;
- информационная линия (короткий номер 7113 - с мобильного, онлайн-чат на сайте) по всем миграционным вопросам: трудоустройство за границей, брак с иностранными гражданами, отдых и учеба за рубежом;
- возможность обратиться по вопросам безопасного выезда и пребывания за границей и в случае кризисной ситуации за рубежом из любой точки мира по электронной почте;
- помощь людям, оказавшимся в кризисных ситуациях за границей;
- Сайт Программы «Ла Страда» ежегодно посещает около 350 000 человек из разных стран мира, интересующихся вопросами безопасной миграции.

**Информационная линия по безопасному выезду и пребыванию за границей.**

Обращения на инфолинию поступают следующими способами:

- короткий номер 7113 (доступен с мобильного телефона любого белорусского оператора) действует только на территории Республики Беларусь

- онлайн обращения через чат на сайте lastrada.by
- e-mail-консультирование.

За 2019 год мы получили 7.110 обращений. На данный момент 65% обращений поступает через онлайн-чат на сайте lastrada.by. 46% обратившихся на инфолинию – мужчины, наибольший интерес для них представляет тема трудоустройства за границей. 54% обращений – от женщин.

**2. НАЗВАНИЕ РЕКЛАМИРУЕМОГО ПРОДУКТА:** инфолиния по безопасному выезду за границу «Ла Страда»

### **3. ОПИСАНИЕ УСЛУГИ**

Создание концепции рекламной кампании и разработка информационно-графических материалов на основе выбранной концепции.

**Услуги:** разработка промокампании инфолинии по безопасному выезду за границу Программы «Ла Страда» (Конкретно: промокампании УСЛУГИ ОНЛАЙН-КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ, ЧАТА НА САЙТЕ), в частности:

- концепция промокампании;
- баннеры промокампании (минимум 3 сюжета, статика и gif-анимация);
- макеты печатной продукции (листочки)

### **4. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ**

Кампания должна быть сфокусирована на следующих группах риска:

**1. Молодые девушки 18-28 лет,** которые выезжают (планируют выехать) для трудоустройства за границей в качестве танцовщиц, хостес, консуманток, моделей, аниматоров и т.п. Они интересуются вакансиями в ночных клубах, караоке-клубах, ресторанах.

Эта категория, как правило мало задает вопросов, мало интересуется безопасностью своего трудоустройства, склонны рисковать, стремятся как можно быстрее вырваться из-под опеки родителей.

Риск: сексуальная эксплуатация.

Предполагаемые сложности у этой группы, чтобы обратиться на инфолинию: боятся нравоучений, считают, что подружка «знает больше», сформирован первоначальный положительный опыт нелегального трудоустройства, не знают об инфолинии, т.к. наши услуги не представлены на популярных у них ресурсах.



### **Посыл рекламной кампании для этой группы:**

- не пугать последствиями, не «грузить»;
- сформировать убеждение, что на инфолинии всегда готовы помочь;
- сформировать представление, что важно заранее обсудить с компетентными специалистами все, что связано с выездом на работу за границу;
- сформировать убеждение, что нельзя слепо доверять чужим людям, обещаниям, нужно взвешенно принимать решение и не рисковать напрасно.

### **2.. Мужчины и женщины, выезжающие с целью трудоустройства за границу.**

Риск: трудовая эксплуатация.

#### **Женщины 31- 49 лет.**

Сложности: не склонны защищать свои права, эмоционально воспринимают проблемы, переживают, чтобы их не наказали за нарушения, поэтому склонны терпеть нарушения трудовых прав за границей

#### **Мужчины 21 – 40 лет.**

Столкнувшись с нарушениями трудовых прав за границей, мошенничеством со стороны нанимателя или посредника в трудоустройстве, склонны больше защищать свои права, наказывать виновных. Однако они меньше думают о последствиях, например, нелегального трудоустройства, склонны к риску в надежде больших заработков.

### **Посыл рекламной кампании для этой группы:**

#### **Мужчины:**

- важно обратиться на инфолинию ДО выезда, не рисковать напрасно;
- не доверять слепо чужим «успешным» историям нелегального трудоустройства;
- сформировать убеждение, что работа за границей должна быть легальной, их права никто не имеет право нарушать;
- сформировать представление об инфолинии «Ла Страда» как о сервисе, который может консультационно сопроводить их на всех этапах выезда.

#### **Женщины:**

- сформировать представление, что трудовые права за границей можно и нужно защитить, инфолиния «Ла Страда» может сопроводить при этом их на всех этапах;
- сформировать убеждение, что работа за границей должна быть легальной, важно заключать трудовой договор.

## **ЦЕЛЬ**

1. Увеличить количество обращений от целевых групп информационной кампании (3 группы) посредством онлайн-чата на сайте [www.lastrada.by](http://www.lastrada.by)

2. Мотивировать ЦА обращаться на инфолинию до выезда, а также обращаться к нам в случае нарушений трудовых прав за границей.

В частности, сделать акценты для групп: женщин от 18 до 28 – обращаться и до выезда и в случае сложной ситуации, мужчины – до выезда, женщины 31-49, которые столкнулись с нарушениями – за защитой своих прав.

3. Сформировать представление у целевой аудитории о том, что «Ла Страда» - это надежный совет

- достоверная информация
- «компас» в мире миграции
- готовность помочь в сложной ситуации за границей.

## **ОБЪЕМ И ПЕРЕЧЕНЬ РАБОТ**

1. Разработка концепции инфокампании, направленной на продвижение и информирование, включая:

- разработку названия и слогана инфокампании;
- разработку ключевых визуальных образов (key-visuals);
- разработку ключевого послания.

2. Разработка графических материалов, объединенных общей креативной идеей и стилистикой согласно ТЗ:

а) Серии тексто-графических объявлений для продвижения услуг инфолинии в сети Интернет (с изображением, с видеодополнением) - минимум 6 сюжетов

б) Видеообъявления (30 сек.) для размещения рекламы на YouTube - минимум 3 сюжета

в) Баннеров (статика и gif-анимация) - минимум 3 сюжета.

г) Макеты печатной продукции (листовки А4, А5) - минимум 3 сюжета

## **Технические требования к баннерам**

- В названии файлов допустимо использование только букв латинского алфавита (A-z), цифр (0-9), и знаков нижнего подчеркивания ( \_ ). Все остальные символы запрещены (включая пробелы и тире)
- Длительность анимации не должна превышать 30 секунд.
- Размер баннера не должен превышать 150кб.

Форматы баннеров без анимации	Форматы анимированных баннеров
JPEG JPG PNG GIF	GIF HTML5