

Техническое задание УСО №009

на разработку Информационной кампании в региональных СМИ* 2010 года

Позиции	Описание
Наименование и предмет работ (услуг)	Разработка и проведение информационной кампании в региональных СМИ в 2010 году
Цель проекта	Улучшение имиджа Банка среди потенциальных клиентов, раскрытие дополнительной информации о продуктах банка и их продвижение, Решение антикризисных задач
Целевая аудитория	Потенциальные и реальные клиенты Банка
Сроки проведения работ (услуг)	1 Марта 2010 года – 28 февраля 2011 года включительно
Условия обслуживания	Быстрота реагирования на пожелания заказчика оперативно снять или поставить тот или иной информационный материал; налаженные связи взаимодействия с региональной прессой; скрупулезность в проверке версток региональных изданий; умение и возможность представить оригинальный проект реагирования по проектам заказчика; оперативное формирование планов кампании
Минимальные требования к поставщику работ (услуг):	
- опыт, квалификация	обязательны
- наличие выполненных проектов	обязательны
- срок работы на рынке	5 лет
- лицензии	обязательны
Бюджет	13 млн рублей
Описание работ агентства	<p>Тендер проходит в два этапа</p> <p>1 этап.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка PR-стратегии по продвижению продуктов Банка в региональных СМИ на 2010 год + предложения по улучшению имиджа Банка в информационном пространстве (в формате Power Point). 2. Медиаплан кампании (в формате

	<p>Excel) по стратегии. В плане также необходимо представить возможности агентства по работе в следующих направлениях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создание оригинальных спецпроектов с нестандартным размещением; - охват ключевых городов и регионов присутствия Банка; - взаимодействие с мелкими региональными изданиями на выгодных для Банка условиях (получение скидок, индивидуальные условия работы); - антикризисная работа со СМИ. <p>Разработка медиаплана приводится на основе Сибирского федерального округа***</p> <p>2 этап.</p> <p>1. Заполнение идентичных таблиц по основным медиа (пресса, интернет, ТВ, радио) для сравнения баинговых возможностей агентств (в формате Excel).</p>
Условия оплаты	Постоплата

**Под региональными СМИ подразумевается печатная пресса, радио, ТВ, интернет СМИ осуществляющие свою деятельность в регионах*

*** макеты, чертежи, рисунки и др. необходимые для определения проекта документы прилагаются к настоящей форме и являются неотъемлемой частью ТЗ*

****Информацию по городам присутствия Банка возможно найти на официальном сайте Банка www.bank.rs.ru*

Коммерческие предложения необходимо одновременно направлять по следующим адресам:

tender@bank.rs.ru;

t-shemyakina@bank.rs.ru;

pr@bank.rs.ru

Дата "10" февраля 2010 г.

Председатель Правления



Ю. Г.

Алтайская правда	Барнаул	A2	Ежедневно (2,3,4,6) толстущка - 5	1/4	500	ч/б	редакционный материал с маленькой галочкой внизу текста	1	1	2								
Вечерний Новосибирск (чт.)	Новосибирск	A3	Ежедневно (2,3,4,5,6)		600	цвет	без пометок	1	1	2								
Четверг	Омск	A3	Ежедневно (чтв)	0,75	750	ч/б	вне рекламных полос, без плашки - только после просмотра текста	1	1	2								
Вечерний Красноярск	Красноярск	A3	ежедн.		950	ч/б	без пометок	1	1	2								
Кузбасс	Камерово	A4	Ежедневно (чтв)	1/2		ч/б	с пометкой	1	1	2								
Волга	Астрахань	A2	Ежедневно (2,3,4,5)	1/4		ч/б	без пометки, на усмотрение редактора	1	1	2								