

**Техническое задание (Бриф).****На выбор подрядчиков для размещения рекламы продуктов Банка в СМИ.**

Клиент:	ЗАО «Банк Русский Стандарт».
Цель тендера:	Выбор 2-х подрядчиков для размещения рекламы продуктов Банка в СМИ.
Предмет тендера:	Оценка стратегического и баингового потенциала медиа агентств для работы с БРС
Задачи агентства и формат предоставления материалов:	<i>Предоставить информацию, согласно пунктам в БЛОКАХ 1 и 2, гарантировать актуальность условий согласно пунктам в БЛОКЕ 2 и готовность оформить их как базовые приложения к Договору.</i>
Тендер проводится одним этапом.	<b>1 БЛОК:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Предоставить презентацию агентства с описанием опыта агентства и наличия успешных и интересных кейсов, выполненных агентством. Формат – Презентация PPT (не более 15 слайдов);</li><li>2. Представить информацию по возможностям агентства в проведении планирования, аналитики по оценке эффективности проведения рекламных кампаний в СМИ (например, наличие специализированных программ-планировщиков, таких как Palomars Adex, TV Planet ,M Index, Super Nova). Презентация PPT (не более 5 слайдов);</li><li>3. Предоставить информацию по дополнительным возможностям агентства (например, покупка прав на музыку, видео и фото изображения, разработка креативных материалов и т.п.). Формат – Презентация PPT (не более 5 слайдов);</li><li>4. Предоставить описание ресурсов агентства для работы с Банком (состав команды, вкл. наличие курьера, квалификации ключевых сотрудников, реализованные проекты по персоналиям, и пр.). Формат – Презентация PPT (не более 5 слайдов).</li><li>5. Предоставление не менее двух рекомендаций от руководителей маркетинговых подразделений компаний-клиентов.</li></ol> <b>2 БЛОК:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Заполнить баинговые таблицы (в соответствии с Приложением №1, Приложением №2, Приложением №3); ВНИМАНИЕ! Условия должны включать все налоги</li><li>2. Обозначить размер и структуру агентского вознаграждения за проведение рекламной кампании (в соответствии с Приложением №5);</li><li>3. Обозначить размер вознаграждения за осуществление планирования рекламной кампании (в процентах от бюджета) на случай, если Агентство не получает спланированный медиаплан в размещение (в соответствии с Приложением №5);</li><li>4. Подготовить стратегию и тактику рекламной кампании на ТВ в 2012 году для продукта «Банк в кармане» с обоснованием. Предложить оптимальные варианты букирования и стратегию закупки (Вводные данные представлены в приложении №6). Формат – Презентация PPT;</li></ol>
Обязательные условия сотрудничества:	<b>ВНИМАНИЕ! Все нижеуказанные условия являются одинаково значимыми и являются предметом базовых приложений к Договору.</b> <b>В случае невозможности гарантировать хотя бы одно из условий, агентство должно сообщить об этом Банку до подтверждения участия в тендере.</b>  В случае невыполнения одного из настоящих условий победителем тендера, Банк оставляет за собой право аннулировать результаты тендера. <ol style="list-style-type: none"><li>1. Гарантия стоимости, представленной агентством на тендер в Приложении №1, Приложении №2, Приложении №3 к брифу на протяжении всего периода размещения в течение 2012 года;</li><li>2. Подтверждение готовности работать на условиях 100% постоплаты (после подписания актов сдачи-приемки работ), за исключением случаев, когда владельцами СМИ официально установлены иные условия;</li><li>3. Подтверждение готовности принять условия Банка по работе с поставщиками, а именно:</li></ol>

	<p>a. По результатам тендера определяется два действующих партнера, которые получают в управление ПУЛ продуктов БРС (ПУЛ 1: Депозиты, Банк в Кармане, Потреб.кредиты, Транспортная карта; ПУЛ 2: Карты, Империя, Эквайринг, Денежные переводы.</p> <p>b. В течение года оба Агентства получают задания (Бриффы) на разработку стратегии продвижения в соответствии с закрепленными продуктами, результатом которой будет, является тактический медиаплан,</p> <p>c. Финальный тактический медиаплан объявляется Банком как согласованный и направляется в оба агентства-партнера для проведения баинг-чека. По итогам баинг-чека Агентство-разработчик стратегии имеет возможность снизить общую стоимость размещения до уровня альтернативного предложения. При этом Банк обязуется не раскрывать участникам детализацию конкурирующих предложений.</p> <p>d. Если Агентство-разработчик стратегии и медиаплана предоставляет наилучшие условия закупки, он получает данный медиаплан для размещения, при этом плата за разработку стратегии с Банка не взимается.</p> <p>e. В случае если наилучшие условия закупки предоставлены вторым партнером, а Агентство-разработчик стратегии не имеет возможности снизить стоимость размещения до уровня альтернативного предложения, то оно получает плату за разработку в размере процента от бюджета тактического медиаплана.</p> <p>4. Подтверждение готовности Агентства осуществлять оперативную работу над всеми запросами Банка, вне зависимости от размера бюджета и вида рекламы;</p> <p>5. Подтверждение готовности Агентства осуществлять дополнительные работы в соответствии с Приложением №4, и оформить данный перечень в виде приложения к договору;</p> <p>6. Способность к оперативной и качественной работе в сжатые сроки, а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка стратегии продвижения – не более 10 рабочих дней</li> <li>• Подготовка тактического медиаплана – не более 3-5 рабочих дней</li> <li>• Подготовка аналитических данных по использованию медиаканалов в разрезе ЦА 2-3 часа</li> <li>• Подготовка ренкеров по каждому проекту в разрезе медиаканалов 2-3 часа,</li> <li>• Предоставление аналитики по рынку банковских продуктов (т.ч. соц-дем., потребление, лояльность, реклама конкурентов) – 2 дня.</li> </ul>
<p><b>Критерии оценки предложения:</b></p>	<p><u>1 БЛОК:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опыт работы агентства и наличие успешных и интересных кейсов</li> <li>2. Возможности агентства в проведении планирования и аналитики по оценке эффективности</li> <li>3. Наличие дополнительных возможностей агентств</li> <li>4. Ресурсы агентства для работы с Банком (команда)</li> <li>5. Наличие рекомендаций от компаний-клиентов</li> </ol> <p><u>2 БЛОК:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наилучшее ценовое предложение с точки зрения условий закупки (в соответствии с баинговыми таблицами в Приложениях №1, №2, №3 к брифу);</li> <li>2. Размер АВ за проведение РК (в соответствии с приложением №5 к брифу)</li> <li>3. Размер вознаграждения за осуществление планирования РК (в соответствии Приложением №5 к брифу)</li> <li>4. Стратегия проведения и закупки РК на ТВ в 2012 году по продукту БвК (в соответствии с Приложением №6 к брифу).</li> </ol>
<p><b>Основные этапы тендера:</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Предоставление брифа участникам тендера: <i>15.12.2011 г.</i></li> <li>2) Получение предложений от участников тендера: <i>29.12.2011 г.</i></li> <li>3) Объявление результатов тендера: <i>после подведения итогов тендера</i></li> </ol>
<p><b>Приложения:</b></p>	<p><b>Приложение №1.</b> «Баинговая таблица прессы»</p> <p><b>Приложение №2.</b> «Баинговая таблица радио»</p>

	Приложение №3. « Баинговая таблица метро» Приложение №4. «Перечень дополнительных работ в рамках агентской комиссии» Приложение №5. «Агентские комиссии и вознаграждения» Приложение №6. « Стратегия проведения и закупки РК на ТВ в 2012 году по продукту БвК»
Условия участия:	Победители получают право на размещение рекламы продуктов Банка в СМИ.

«08» декабря 2011 г.

Директор Департамента

Рекламы и продвижения продуктов

К.В. Масленников