



ЗАПРОС КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (ЗКП) (Услуги)

	ДАТА: 25 ноября 2020 г.
	ССЫЛКА: UNDP/380/2020

Уважаемые дамы и господа,

Приглашаем Вас предоставить коммерческое предложение на оказание **услуг по проведению PR-кампании по продвижению волонтерской платформы**, согласно параметрам, указанным в Приложении 2 настоящего Запроса. При подготовке предложения просим Вас руководствоваться формами, приведенными в Приложении 1, 3-7.

Предложения принимаются **в срок до 17:00 Минского времени 8 декабря 2020 г.** включительно, и могут быть поданы *электронной почтой*, на адрес:

tenders.by@undp.org

(укажите в теме сообщения номер Запроса коммерческого предложения и его предмет:
UNDP_380_2020_PR-кампания)

Предложения, пересылаемые по электронной почте, не должны превышать по размеру 7MB, а также не должны содержать вирусов. Предложение может быть разделено не более чем на 5 сообщений (укажите для каждого сообщения в теме письма его порядковый номер и предмет Запроса). Каждое из них не должно содержать вирусов или искаженных данных; в противном случае предложение будет отклонено. В ответ на Ваше предложение, доставленное по указанному выше электронному адресу, Вы получите автоответ о получении сообщения. В случае, если Вы не получили автоответ, проверьте размер вложения, а также правильность написания адреса.

Предложения, полученные ПРООН после наступления крайнего срока подачи, указанного выше, не будут приниматься к рассмотрению, невзирая на причины, по которым предложение не было доставлено вовремя. При подаче предложения по электронной почте просим пересылать файлы в формате .pdf, не содержащие вирусов.

Предлагаемые услуги будут оценены на основе полноты и соответствия предложения минимальным требованиям, описанным ниже, а также указанных в приложениях, содержащих подробную информацию о требованиях ПРООН.

Контракт будет присужден предложению, которое соответствует техническому заданию, требованиям и предлагает самую низкую цену, а также соответствует всем прочим указанным критериям оценки. Любое предложение, которое не соответствует вышеуказанным требованиям, будет отклонено.

Любое расхождение между ценой единицы и общей ценой (вычисляется путем умножения цены за единицу на количество) подлежит пересчету ПРООН. Преимущество имеет цена единицы, а общая цена будет скорректирована. Если поставщик не принимает окончательную цену, пересчитанную ПРООН, и исправление ошибок, его предложение будет отклонено.

В любое время до истечения срока действия предложения ПРООН не принимает изменения цен, вызванных повышением/изменением обменных курсов валют, инфляцией или любыми другими

рыночными факторами. На момент заключения контракта или заказа на закупку ПРООН оставляет за собой право изменять (увеличивать или уменьшать) количество услуг до двадцати пяти процентов (25%) от общего объема предложения, без изменения цены за единицу или других условий.

На любой контракт, который будет подписан в результате этого Запроса, распространяются Общие условия, прилагаемые к Запросу. Подача ценового предложения подразумевает, что претендент принимает Общие Условия ПРООН:

<http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html>.

ПРООН имеет право отклонить предложение или не присуждать контракт, а также не несет ответственности за любые расходы, связанные с подготовкой и подачей предложений Претендентами, независимо от результата или способа проведения процесса отбора.

Обратите внимание, что процедура опротестования поставщиком решения ПРООН предназначена для того, чтобы предоставить физическим лицам и компаниям возможность опротестовать решение о неприсуждении контракта в результате конкурентного процесса. В случае, если вы считаете, что Ваше предложение не было рассмотрено справедливо, Вы можете найти подробную информацию о процедурах опротестования по следующей ссылке: <http://www.undp.org/content/undp/en/home/operations/procurement/protestandsanctions/>.

ПРООН призывает каждого потенциального поставщика избегать и предотвращать конфликт интересов, путем информирования ПРООН о том, если Вы, или любой из ваших партнеров или сотрудников, были задействованы в подготовке технических требований, проектов, спецификаций, смет и других документов, используемые в настоящем Запросе.

ПРООН реализует политику нетерпимости в отношении мошенничества и других запрещенных практик, и стремится к выявлению и устранению всех подобных актов и практик в отношении ПРООН, а также третьих сторон, участвующих в деятельности ПРООН. ПРООН надеется, что ее поставщики будут придерживаться Кодекса поведения Поставщика ООН, с которым можно ознакомиться, пройдя по ссылке:

https://www.un.org/Depts/ptd/sites/www.un.org.Depts.ptd/files/files/attachment/page/pdf/unscc/conduct_russian.pdf

Благодарим Вас и ожидаем Ваше предложение.

С уважением,
Отдел закупок

Описание требований

Контекст требования	Мероприятия проводятся в рамках инициативы ПРООН по быстрому реагированию на вызовы, связанные с распространением COVID-19 в Беларуси.
Краткое описание требуемых услуг	Проведение PR-кампании по продвижению волонтерской платформы. <u>Задачи PR-кампании:</u> 1. презентация Платформы белорусскому обществу; 2. привлечение организаторов волонтерских инициатив к активному использованию Платформы в своей деятельности для привлечения и менеджмента волонтеров; 3. привлечение активных и потенциальных волонтеров к использованию Платформы как площадки, на которой они могут оперативно получать достоверную информацию о существующих инициативах и участвовать в их реализации. (Детальное техническое задание представлено в Приложении 2).
Список и описание ожидаемых результатов оказываемых услуг	1. не менее 150 публикаций размещено в СМИ. При этом, каждое PR-мероприятие (инфоповод) должно быть освещено в крупных общереспубликанских изданиях (tut.by, onliner.by или равноценная альтернатива по согласованию с ПРООН); 2. не менее 5 PR-мероприятий (инфоповодов) проведено в соответствии с утвержденной концепцией; 3. не менее 30 лидеров мнений опубликовали посты в своих аккаунтах в социальных сетях о проекте и/или мероприятиях PR-кампании; 4. не менее 60 организаций (50 из них - некоммерческие организации) зарегистрированы на Платформе и используют ее для реализации своих инициатив; 5. не менее 50 тысяч уникальных посетителей пришло на Платформу, из них не менее 20% зарегистрировались в качестве волонтеров. Из числа зарегистрированных пользователей не менее 30% должны быть из регионов Беларуси.
Требования к отчетности	Акт сдачи-приемки оказанных услуг по Этапам 1-7 Технического задания (Приложение 2)
Место оказания услуг	По месту нахождения Подрядчика. Принимая во внимание эпидемиологическую ситуацию в Беларуси и характер услуг, предполагается, что Подрядчик может оказывать данные услуги удаленно. Однако, если Подрядчик посчитает, что для надлежащего исполнения услуг необходимы командировки, Подрядчик должен обеспечить командированный персонал средствами индивидуальной защиты (СИЗ); командированный персонал должен пройти обучение по мерам защиты в связи с COVID-19. Подрядчик также должен соблюдать национальные предписания в отношении поездок и соблюдать все ограничения на поездки, которые могут быть введены белорусскими властями. Все расходы, связанные с командировками, должны быть включены в сумму финансового предложения.
Планируемая длительность работ	6,5 месяцев

Планируемая дата начала	15 декабря 2020 года
Крайний срок завершения	30 июня 2021 года
Ожидаемые командировки	☒ Не применимо
Специальные требования безопасности	☒ Не применимо
Услуги, предоставляемые со стороны ПРООН (должны быть исключены из Финансового предложения)	В случае принятия ПРООН решения о проведении некоторых мероприятий в оффлайн формате, расходы на аренду помещения(-ий), оборудования, организацию питания, закупку раздаточных материалов, будут осуществлены дополнительно за счет средств ПРООН. Все иные расходы, необходимые для оказания услуг согласно Технического задания, должны быть включены в сумму финансового предложения.
График оказания услуг	☒ Требуется (Приложение 6 данного Запроса)
Список квалифицированного персонала	☒ Не требуется
Предпочтительная валюта предложения	☒ Доллар США (USD) ☒ Евро (EUR) ☒ Белорусский рубль (BYN) <u>Контракт будет заключаться в валюте поданного предложения, но оплата будет производиться исключительно в белорусских рублях по обменному курсу Организации Объединенных Наций (https://treasury.un.org/operationalrates/OperationalRates.php), действующему на день оплаты.</u> При оценке ценовых предложений Претендентов и только в целях их сравнения все цены предложений указанные в разных валютах, будут переведены в доллары США по официальному обменному курсу Организации Объединенных Наций, действующему на последний день подачи коммерческих предложений.
НДС в цене предложения	☒ Ценовые предложения претендентов-нерезидентов Республики Беларусь не должны содержать НДС. В случае ценовых предложений от резидентов Республики Беларусь, НДС, если включен, должен быть указан в ценовом предложении. В таком случае, НДС, если имеется, будет выплачен подрядчику и компенсирован ПРООН Министерством финансов Республики Беларусь. Ценовые предложения будут сравниваться без НДС. <u>Цена контракта является фиксированной и не подлежит индексации и пересмотру.</u>
Квалификационные требования	☒ Подрядчик должен иметь не менее 3 лет опыта работы в сфере связей с общественностью, что подтверждается свидетельством о регистрации; ☒ Подрядчик должен иметь опыт проведения республиканских PR кампаний (обязательное требование), который подтверждается презентациями о как минимум 3 республиканских PR кампаниях* (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 5 слайдов для каждой презентации), реализованных за последние 3 года. Презентации должны содержать следующую

	информацию: цели PR-кампании, перечень мероприятий, проведенных в рамках PR-кампании и основные результаты (количество привлеченных пользователей, посещений и т. д). * PR кампания считается республиканской (при оценке поданных тендерных предложений) при наличии следующих характеристик: а) длительность реализации не менее 2 (двух) недель, б) наличие не менее 3 публикаций в республиканских изданиях, в) наличие не менее 2 публикаций регионального уровня (не менее 2- областей с указанием не менее 1 публикации на регион). ☒ Наличие опыта продвижения онлайн-сервисов является преимуществом. Соответствующий опыт Подрядчика, при наличии, подтверждается презентациями о реализованных PR-кампаниях по продвижению онлайн-сервисов (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 3 слайдов для каждой презентации). Презентации должны содержать следующую информацию: цели PR-кампании, перечень мероприятий, проведенных в рамках PR-кампании, и основные результаты (количество привлеченных пользователей, посещений и т. д).
Документы, входящие в состав предложения	☒ Должным образом заполненные формы, указанные в Приложениях 3-6; ☒ Копия свидетельства о регистрации компании; ☒ Презентация предлагаемой креативной концепции согласно требованиям Технического задания в формате PowerPoint или в программе с аналогичным функционалом с общим количеством слайдов не менее 20 шт.; ☒ Презентации о не менее 3 республиканских PR кампаниях (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 5 слайдов для каждой презентации), реализованных Претендентом за последние 3 года. Презентации должны содержать следующую информацию: цели PR-кампании, перечень мероприятий, проведенных в рамках PR-кампании и основные результаты (количество привлеченных пользователей, посещений и т. д.). Презентации прилагаются в том случае, если ссылки на них не были указаны в соответствующем поле Таблицы 1 Приложения 5; ☒ Наличие презентаций о реализованных PR-кампаниях по продвижению онлайн сервисов (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 3 слайдов для каждой презентации) является преимуществом. Презентации должны быть приложены к предложению в том случае, если ссылки на презентации не были указаны в соответствующих полях Таблицы 2 Приложения 5. Непредоставление или неполное предоставление вышеуказанных документов будет являться основанием для дисквалификации предложения.
Срок действия предложений (начиная от крайнего срока подачи предложений)	☒ 60 дней В исключительных случаях ПРООН может запросить у Претендента продления срока действия его предложения свыше того срока, который был изначально указан в данном Запросе. В таком случае Претенденту необходимо предоставить письменное подтверждение продления срока действия его предложения, без каких-либо иных изменений самого предложения.

Частичное оказание услуг	☒ Не допускается
Условия оплаты	☒ Оплата будет производиться в 2 этапа: 1 платеж - предоплата в размере, не превышающем 20% от общей стоимости контракта, в течение 10 (десяти) банковских дней после подписания контракта; 2 платеж производится в течение 10 (десяти) банковских дней после оказания услуг по Этапам 1-7 Технического задания (Приложение 2) и подписания ПРООН соответствующего Акта сдачи-приемки. Оплата производится со счета Программы развития ООН в Республике Беларусь (нерезидент Республики Беларусь). Цена контракта является фиксированной и не подлежит индексации и пересмотру.
Штрафные санкции	☒ Будут применяться на следующих условиях: Процент от стоимости контракта за каждый день просрочки: 0.2; Максимальное количество дней просрочки: 30; После этого ПРООН может прекратить действие контракта.
Крайний срок подачи предложений	17:00 (Минское время, UTC + 3), 8 декабря 2020 г.
Вся документация должна быть на следующих языках	☒ Русский и/или ☒ Английский
Тип контракта	☒ Титульный лист контракта на поставку товаров и / или оказание услуг. Применимая форма Титульного листа контракта размещена по ссылке: http://www.undp.org/content/undp/en/home/procurement/business/how-we-buy.html (на английском языке) и по ссылке: http://www.by.undp.org/content/belarus/ru/home/operations/procurement.html (на русском языке)
Общие условия контракта	☒ Общие условия для институциональных (de minimis) договоров ПРООН (только услуги), размещены по ссылке: https://www.by.undp.org/content/belarus/ru/home/procurement.html (на русском языке) Непринятие Общих условий ПРООН будет являться основанием для дисквалификации предложения.
Критерии для заключения контракта	☒ Наивысшая совокупная оценка (на основе следующего удельного распределения значимости оценки: техническое предложение (70%) и финансовое предложение (30%)) ☒ Полное принятие Общих условий для институциональных (de minimis) договоров ПРООН: https://www.by.undp.org/content/belarus/ru/home/procurement.html

Критерии оценки	При оценке предложений используется двухэтапная процедура, по которой техническое и финансовое предложения оцениваются по установленному удельному весу (установленным максимальным баллам): техническое предложение – 70%, максимум 700 баллов, финансовое предложение – 30%, максимум 300 баллов. Контракт будет присужден Претенденту, чье Предложение получит самый высокий общий балл по результатам технической и финансовой оценки (наибольшую сумму баллов технической и финансовой оценок). <u>Техническое предложение (70%)</u> ☒ Квалификация Поставщика услуг (максимально 300 баллов) ☒ Креативная концепция PR-кампании (максимально 400 баллов) Предложения, набравшие минимум 70% или более (490 баллов или более) при проведении технической оценки, будут допущены к финансовой оценке. <u>Финансовое предложение (30%)</u> Технически квалифицированное предложение с наименьшей ценой получит максимум 300 баллов, распределение баллов за ценовое предложение других претендентов будет осуществляться в соответствии со следующей формулой: Расчет баллов за финансовое предложение других претендентов = (Самая низкая цена / Цена рассматриваемого предложения) x 300. Более детальная информация по критериям оценки находится в Приложении 7.
ПРООН присудит контракт	☒ Одному и только одному Исполнителю
Приложения к запросу	☒ Описание требований (Приложение 1) ☒ Техническое задание (Приложение 2); ☒ Форма заявки для представления предложения поставщика услуг (Приложение 3); ☒ Индивидуальная форма претендента (Приложение 4); ☒ Квалификация компании (Приложение 5); ☒ Форма подачи коммерческого предложения (Приложение 6); ☒ Критерии оценки предложений (Приложение 7).
Контактное лицо для запроса дополнительной информации (запросы могут быть только в письменной форме) ²	<i>Дмитрий Новик</i> Консультант по коммуникациям, инициативы ПРООН по оперативному реагированию на вызовы, связанные с пандемией COVID-19 Е-mail: dmitry.novik@undp.org Любая задержка в предоставлении ответа со стороны ПРООН не может служить основанием для переноса крайнего срока подачи предложения, если только ПРООН не сочтет такое продление необходимым и не сообщит о новом крайнем сроке подачи всем Претендентам.

² Данное контактное лицо и адрес официально назначены ПРООН. Если запрос направляется иным лицам или адресатам, даже если они являются сотрудниками ПРООН, ПРООН не несет обязательства по предоставлению ответа на такой запрос и подтверждению его получения.

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
НА ПРОВЕДЕНИЕ PR-КАМПАНИИ
ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ВОЛОНТЕРСКОЙ ПЛАТФОРМЫ**

I. КОНТЕКСТ

Борьба с распространением COVID-19 показала эффективность активного вовлечения волонтеров для быстрого ответа на вызовы, связанные с кризисом, и решения задач в области устойчивого развития Беларуси. Волонтерское движение в Беларуси характеризуется высоким уровнем готовности оказать помощь (9 из 10 белорусов оказывают безвозмездную помощь), однако низкой долей тех, кто оказывает помощь в качестве волонтеров (всего около 8%). Основными препятствиями для участия были названы недостаточная осведомленность о возможностях и недостаток ресурсов (времени и компетенций). Менее всего информированы о возможностях участия белорусы возрасте 15-24 лет (72%), однако данная проблема видна во всех возрастных группах (от 47% до 61%). Несмотря на то, что только 20% респондентов/ок участвуют в деятельности общественных организаций и инициатив, потенциал участия в 3 раза больше (62%). Наиболее потенциально активны группы в возрасте 15-24 и 45-75 лет: учащиеся, а также те, кто работает более 40 часов в неделю и пенсионеры/ки по возрасту. Однако на сегодняшний день волонтерское движение в Беларуси является децентрализованным, источники информирования и каналы привлечения волонтеров разрозненны, вследствие чего возникающие инициативы упускают возможность масштабной поддержки со стороны заинтересованных участников.

В рамках инициативы по быстрому реагированию на вызовы, связанные с распространением COVID-19, ПРООН в партнерстве с компанией EPAM Systems разрабатывает Цифровую волонтерскую платформу (далее — Платформа). Основная задача Платформы — облегчение каждодневной работы волонтеров, волонтерских организаций и спонсоров и мобилизация волонтерского движения Беларуси. В Беларуси уже существует активное волонтерское движение с налаженными рабочими механизмами взаимодействия, и Платформа должна стать инструментом, способным сделать их работу более эффективной и масштабной. Идея интеграции платформы в уже существующие волонтерские программы и движения должны стать ключевым элементом в реализации PR-кампании и ее позиционирования в обществе.

Платформа будет способствовать налаживанию партнерских отношений между волонтерами, профильными волонтерскими организациями и частным сектором, содействовать мобилизации сетей волонтеров для адресной поддержки уязвимых групп населения и внесет вклад в формирование позитивного имиджа волонтерства в Беларуси. Пользователи Платформы смогут быстро установить взаимоотношения с другими субъектами, вовлеченными в процессы волонтерства на национальном, региональном и локальном уровнях, а также использовать эффективные инструменты для управления и координации волонтерского движения в Беларуси. Расширенная поисковая система позволяет быстро найти именно те волонтерские инициативы, которые актуальны для пользователя. Платформа является устойчивым и долгосрочным проектом, способствующим развитию волонтерского движения и достижения Целей устойчивого развития в Беларуси.

Создание и функционирование Платформы предполагает привлечение большого числа пользователей, желающих стать частью волонтерского движения (волонтеры, профильные организации, частный сектор или другие заинтересованные стороны). Обеспечение баланса спроса и предложения («потребность в поддержке» — «готовность оказать поддержку») со стороны привлекаемых сторон является залогом успешного запуска платформы.

На данный момент создана демо версия Платформы, которая находится на стадии тестирования, команда проекта работает над созданием рабочей модели Платформы. Детальная концепция Платформы представлена в Приложении 1 к данному Техническому заданию.

II. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

Цель PR-кампании — продвижение Платформы в качестве эффективного инструмента мобилизации, налаживания сотрудничества и масштабирования волонтерского движения в Беларуси.

Задачи PR-кампании:

1. презентация Платформы широкой аудитории;
2. привлечение организаторов волонтерских инициатив к активному использованию Платформы в своей деятельности для привлечения и менеджмента волонтеров;
3. привлечение активных и потенциальных волонтеров к использованию Платформы как площадки, на которой они могут оперативно получать достоверную информацию о существующих инициативах и участвовать в их реализации.

Для реализации поставленных задач Подрядчик должен:

1. разработать и утвердить концепцию PR-кампании, охватывающей не менее 5 отдельных PR-мероприятий (инфоповодов). Инфоповоды должны способствовать достижению цели PR кампании и учитывать все целевые группы. Концепция PR кампании должна основываться на оговоренных в техническом задании этапах проведения PR кампании;
2. реализовать PR-кампанию в соответствии с утвержденной концепцией и в установленный период оказания услуг;
3. обеспечить достижение целевых показателей ожидаемых результатов PR-кампании.

III. ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ

1. некоммерческие организации, с фокусом на организации, работающие с уязвимыми группами населения и привлекающие к своей деятельности волонтеров;
2. организации частного сектора (коммерческие компании, предприниматели, бизнес-ассоциации и т.д.), которые вовлечены в волонтерскую деятельность, являются соорганизаторами волонтерских инициатив, развивают КСО направления в своей деятельности;
3. активные волонтеры;
4. потенциальные волонтеры (те, кто хотели бы участвовать, но пока не участвуют из-за нехватки информации, времени или уверенности в своих силах).

IV. КЛЮЧЕВЫЕ СООБЩЕНИЯ

Мероприятия в рамках PR-кампании должны отражать следующие ключевые сообщения:

1. Платформа является открытой площадкой, доступной для различных общественных организаций и их проектов. Платформа создана для облегчения каждодневной работы волонтеров, волонтерских организаций, спонсоров и мобилизации волонтерского движения Беларуси.
1. Платформа является устойчивым и долгосрочным проектом, способствующим достижению Целей устойчивого развития в Беларуси;
2. Платформа создана в качестве дополнительного инструмента в работе волонтерского движения, а не призвана заменить существующую сеть;
3. Платформа является инструментом, который позволяет представителям бизнеса (как крупного, так и субъектов МСП) оперативно находить инициативы, нуждающиеся в поддержке и помогать им в том объеме и форме, в которой они могут это сделать.
4. Разработка Платформы является совместной инициативой ПРООН и компании ЕРАМ.

V. ГЕОГРАФИЯ PR-КАМПАНИИ

Волонтерская платформа предполагает взаимодействие организаций и частных лиц по всей Беларуси. Реализация PR кампании должна охватывать республиканский уровень и учитывать необходимость вовлечения всех регионов страны.

VI. ГРАФИК PR-КАМПАНИИ

Мероприятия PR кампании должны быть реализованы в период с 15 декабря 2020 г. по 30 июня 2021 г. График оказания услуг должен быть утвержден ПРООН на Этапе 1 (см. п. IX Технического задания).

VII. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ PR-КАМПАНИИ

По результатам реализации PR кампании Подрядчик должен достичь следующих показателей:

1. не менее 150 публикаций размещено в СМИ. При этом каждое PR-мероприятие (инфоповод) должно быть освещено в крупных общереспубликанских изданиях (tut.by, onliner.by или равноценная альтернатива по согласованию с ПРООН);
2. не менее 5 PR-мероприятий (инфоповодов) проведено в соответствии с утвержденной концепцией;
3. не менее 30 лидеров мнений опубликовали посты в своих аккаунтах в социальных сетях о проекте и/или мероприятиях PR-кампании;
4. не менее 60 организаций (50 из них - некоммерческие организации) зарегистрированы на Платформе и используют ее для реализации своих инициатив;
5. не менее 50 тысяч уникальных посетителей пришло на Платформу, из них не менее 20% зарегистрировались в качестве волонтеров. Из числа зарегистрированных пользователей не менее 30% должны быть из регионов Беларуси.

VIII. ТРЕБОВАНИЯ К КРЕАТИВНОЙ КОНЦЕПЦИИ PR КАМПАНИИ

Креативная концепция PR-кампании разрабатывается на этапе подачи коммерческого предложения и является одним из критериев при выборе Подрядчика. Креативная концепция может быть изменена и/или доработана после заключения договора с Подрядчиком в соответствии с требованиями и пожеланиями ПРООН.

В концепции должны присутствовать следующие разделы:

1. основная идея PR-кампании с указанием того, как будет достигнута ее цель и выполнены поставленные задачи;
2. описание идеи и механики для каждого PR-мероприятия (инфоповода), с указанием сроков реализации;
3. планируемые результаты PR-кампании с разбивкой по каждому инфоповоду (количество публикаций, участников, привлеченных на Платформу пользователей и организаций и другая релевантная информация).

Концепция должна быть оформлена в виде презентации (PowerPoint или в программе с аналогичным функционалом) с общим количеством слайдов не менее 20 шт. Концепция должна быть основана на ключевых сообщениях и этапах реализации PR-кампании, описанных в данном ТЗ.

Для разработки концепции Подрядчику необходимо изучить волонтерское движение в Беларуси. Концепция должна основываться на действующих в стране механизмах взаимодействия организаций и волонтеров.

При разработке концепции PR-кампании необходимо учитывать эпидемиологическую ситуацию в стране и планировать проведение PR-мероприятий в онлайн-формате. Подрядчик должен предусмотреть возможность проведения мероприятий в оффлайн-формате, если такой вариант будет согласован и утвержден ПРООН. В этом случае мероприятия должны соответствовать действующими правилами безопасного поведения во время пандемии COVID-19.

IX. ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ PR-КАМПАНИИ

ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ PR-КАМПАНИИ	ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
1 этап: Подготовка рабочего плана Подрядчик должен изменить и/или доработать креативную концепцию PR-кампании в соответствии с комментариями ПРООН. Подрядчик должен разработать рабочий план реализации креативной концепции PR-кампании, утвержденной ПРООН, включающий описание механизма выполнения задач, описанных в последующих этапах, календарный график и инструменты (см. п. IX Технического задания) для выполнения поставленных задач и достижения цели PR-кампании (см. п. II и п. VII Технического задания). На данном этапе ПРООН предоставит подробную информацию о Платформе, а также проконсультирует о механизмах взаимодействия волонтеров и привлекающих их организаций, предусмотренных на Платформе.	1.1. Креативная концепция PR-кампании доработана и утверждена ПРООН; 1.2. Рабочий план реализации креативной концепции PR-кампании разработан и утвержден ПРООН. Срок: до 15.01.2021
2 этап: Презентация Платформы (инфоповод №1) Формирование в медиапространстве идеи необходимости усиления партнёрских взаимоотношений и масштабирования волонтерского движения в Беларуси. Информирование общественности о создании ПРООН совместно с ЕРАМ волонтерской платформы для решения данной потребности. На данном этапе ПРООН будет проведен хакатон с целью создания нейминга и брендинга Платформы. Подрядчик должен использовать данное мероприятие в качестве инфоповода при создании концепции и обеспечить его продвижение среди целевых аудиторий. Для определения лучшего проекта нейминга и брендинга будет организовано открытое голосование. Организация и достижение цели самого мероприятия будут обеспечены ПРООН.	Реализован Инфоповод №1: 2.1. Проведена презентация Платформы для целевых групп в медиа-пространстве; 2.2. Обеспечено продвижение и информационное сопровождение проведения хакатона. Срок: до 28.02.2021
3 этап: Продвижение Платформы среди НКО и бизнеса (инфоповод №2) Обеспечение заинтересованности организаций в сотрудничестве и их вовлеченности в развитие платформы как инструмента для поиска партнеров и волонтеров для своих инициатив. Формирование пула первых зарегистрированных организаций на платформе. К регистрации на Платформе должны быть привлечены некоммерческие организации, деятельность которых связана с помощью уязвимым группам и в деятельности которых задействованы волонтеры. Особое внимание должно быть уделено организациям, работающим на локальном уровне, в регионах. Коммерческие организации, привлекаемые на платформу, должны включать в себя не только крупные компании, которые ведут активную КСО деятельность, но и представителей субъектов	Реализован Инфоповод №2: 3.1. Обеспечено проведение PR мероприятия по продвижению Платформы среди организаций, деятельность которых связана с помощью уязвимым группам и в деятельности которых задействованы волонтеры, а также коммерческих организаций, ведущих или планирующие вести деятельность в сфере КСО;

МСП, которые с помощью Платформы смогут получить прямой доступ к НГО и возможность установить с ними партнерские связи.	
По итогу проведения мероприятий в рамках этапов реализации PR-кампании 1-3 должно быть размещено не менее 45 публикаций о мероприятиях (инфоповоды 1-2) и/или о проекте в СМИ; не менее 9 лидеров мнений должны опубликовать посты в своих аккаунтах в социальных сетях о проекте и/или мероприятиях; не менее 60 организаций (из них 50 некоммерческих) должны быть зарегистрированы на Платформе и использовать ее для реализации своих инициатив. Из числа зарегистрированных пользователей не менее 30% должны быть из регионов Беларуси. Краткий промежуточный отчет о реализации этапов PR-кампании 1-3 должен быть подготовлен и приложен к Акту сдачи-приемки по этапам 1-3. Отчет должен содержать информацию о достигнутых результатах, а так же информацию, подтверждающую их достижение (ссылки на публикации, на посты, скриншоты, соответствующие выгрузки с волонтерской платформы и др.).	
4 этап: Продвижение Платформы среди активных волонтеров (инфоповод № 3) Презентация Платформы волонтерам в качестве удобной и эффективной площадки для оперативного информирования о возникающих инициативах и для объединения своих усилий с большим количеством единомышленников. На данном этапе необходимо сформировать восприятие Платформы как площадки, где в удобном формате волонтеры могут оставаться на связи с уже знакомыми им инициативами, которым они доверяют, а также находить новые возможности для реализации своей деятельности, в том числе по новым для себя направлениям. Для реализации этих задач необходимо активное участие СМИ и релевантных лидеров мнений.	Реализация Инфоповода 3: 4.1. Обеспечено проведение PR мероприятия по продвижению Платформы среди активных волонтеров;
5 этап: Продвижение платформы среди потенциальных волонтеров (инфоповод № 4) На данном этапе необходимо привлечь людей, которые пока не вовлечены в волонтерское движение, недостаточно хорошо знакомы с существующими организациями и пока не знают, как могут оказать помощь своими действиями. Необходимо показать, что волонтерская платформа поможет новым волонтерам сориентироваться в разрозненном потоке информации о возникающих инициативах, легко и удобно найти среди них те инициативы, которые соответствуют их интересам и потребностям. На данном этапе необходимо достичь высокой посещаемости платформы и последующей регистрации на ней новых пользователей.	Реализация Инфоповода 4: 5.1. Обеспечено проведение PR мероприятия по продвижению Платформы среди потенциальных волонтеров.
6 этап: Масштабирование волонтерского движения (инфоповод № 5) На данном этапе необходимо обеспечить продвижение Платформы в качестве инструмента, способного облегчить каждодневную работу белорусского волонтерского движения, создавать новые партнерства и масштабировать волонтерские инициативы. На этом этапе необходимо показать, что волонтерская платформа не просто является опцией для существующих организаций по продвижению своих инициатив, но также позволяет выводить их на новый уровень и получать результаты, которые в условиях разрозненного потока информации в	Реализация Инфоповода 5: 6.1. Обеспечено проведение масштабного PR мероприятия по продвижению Платформы среди всех целевых групп PR кампании.

различных источниках достичь было бы намного сложнее и дольше. На этом этапе необходима организация масштабной волонтерской инициативы, объединяющей большое количество организаций из числа НКО и бизнеса, а также привлекающей большое количество активных и новых волонтеров по всей стране. К участию в волонтерской инициативе должны быть привлечены волонтеры и организации из Минска и регионов Беларуси. Эта инициатива должна стать доказательством эффективности работы платформы и показать пример того, как организации могут облегчить и сделать эффективнее свою деятельность благодаря использованию этого инструмента. Для частных лиц необходимо сформировать идею того, что использование платформы поможет находить информацию о наиболее важных и актуальных волонтерских акциях.	
По итогу проведения мероприятий в рамках этапов реализации PR-кампании 4-6 должно быть размещено не менее 105 публикаций дополнительно и/или 150 публикаций о мероприятиях в целом (инфоповоды 1-5) и/или о проекте в СМИ; не менее 21 лидера мнений дополнительно и/или не менее 30 лидеров мнений в целом должны опубликовать посты в своих аккаунтах в социальных сетях о проекте и/или мероприятиях; не менее 50 тысяч уникальных посетителей в целом пришло на Платформу, из них не менее 10 000 в целом зарегистрировались в качестве волонтеров. Из числа зарегистрированных пользователей не менее 30% должны быть из регионов Беларуси. Краткий промежуточный отчет о реализации этапов PR-кампании 4-6 и реализации PR-кампании в целом должен быть подготовлен и приложен к Акту выполненным работ по этапам 4-6. Отчет должен содержать информацию о достигнутых результатах в рамках реализации этапов 4-6 и в целом PR-кампании, а так же информацию, подтверждающую достижение этих результатов (ссылки на публикации, на посты, скриншоты, соответствующие загрузки с волонтерской платформы и др.).	
7 этап: Подведение итогов Подрядчик должен предоставить итоговый отчет о проведении PR кампании в формате презентации, который включает в себя: ▪ результаты PR кампании, ключевые сообщения, план реализации с установленными сроками, ответственные лица; ▪ информация о вовлеченных партнерах; ▪ описание целевых групп; ▪ количество людей, на которых распространяется PR кампания с разбивкой по полу и возрасту; ▪ пресс-клиппинг после проведения PR кампании; ▪ медиа мониторинг после проведения PR кампании в виде ссылок на источники с кратким описанием источника (дата выхода материала, издание/ресурс, тиражность, при этом материалы из соцсетей указываются отдельно);	7.1. Предоставлен итоговый отчетный материала после проведения PR кампании, который включает в себя отчет о проведенной кампании в формате презентации. Срок: до 30.06.2021

▪ при наличии: список участников мероприятий PR кампании с подписями участников (оригинал, если возможно); ▪ при наличии фотографии с мероприятий в электронном формате (формат.jpg), не менее 20 штук (передаются на электронном носителе). Отчет подлежит утверждению ПРООН.	
--	--

Х. ОБЯЗАННОСТИ ПОДРЯДЧИКА

Обязанности подрядчика по реализации PR кампании включают:

1. разработка и согласование с ПРООН программы PR-мероприятий;
2. обеспечение технической составляющей мероприятия, включая, но не ограничиваясь: создание и администрирование посадочной страницы мероприятия/аккаунтов в социальных сетях, организации онлайн-трансляций, активности в социальных сетях и т.д.;
3. при необходимости осуществление найма субподрядчиков для реализации PR мероприятия. При этом полная ответственность за работу субподрядчиков несет сам Подрядчик;
4. осуществление административной поддержки во время мероприятия, включая, но не ограничиваясь: работу по координации работы СМИ и лидеров мнений, работу по обеспечению всех составляющих мероприятия, согласование с субподрядчиками услуг, распространение промо-продукции;
5. обеспечение приглашения участников мероприятий;
6. проведение регистрации участников мероприятий и предоставление списков участников;
7. написание и согласование с ПРООН текстов для публикации в СМИ (пресс-релизы, интервью, репортажи и/или др. типы материалов по согласованию с ПРООН);
8. разработка и согласование с ПРООН дизайн-макетов для публикации в СМИ и/или использования на мероприятии (афиши, инфографика и/или др. типы материалов по согласованию с ПРООН);
9. обеспечить приглашение СМИ и лидеров мнения для освещения мероприятий. Список СМИ и лидеров мнений должен быть согласован с ПРООН;
10. размещение текстов пресс-релизов/ анонсов/ интервью/ других информационных материалов о мероприятии в печатных и электронных СМИ (в том числе социальных сетях), телеканалах и радио согласно предоставленному ПРООН и утвержденного им списку СМИ;
11. обеспечить размещение публикаций о мероприятии в аккаунтах социальных сетей лидеров мнений согласно предоставленному ПРООН и утвержденного им списку лидеров мнений;
12. при необходимости заключать договоры со СМИ и лидерами мнений о размещении у них публикаций о мероприятиях PR кампании. Размещение платных публикаций должно быть согласовано с ПРООН и их стоимость должна быть заложена в общий бюджет PR кампании;

Все мероприятия в рамках PR-кампании планируются проводиться в онлайн формате, в случае если какие-то из мероприятий будут переведены в оффлайн формате обязанности Подрядчика также включают:

1. принимать участие в выборе площадок/помещений для проведения мероприятий;
2. заблаговременное посещение места проведения мероприятия;
3. осуществление административной и технической поддержки во время мероприятия, включая, но не ограничиваясь: работу по координации работы СМИ и лидеров мнений на мероприятии, фотографа, работу по обеспечению всех составляющих мероприятия, согласование с субподрядчиками услуг, раздачу промо-продукции;
4. обеспечение приглашения участников мероприятия;
5. проведение регистрации участников мероприятий и предоставление списка участников (при возможности, с подписями участников);
6. обеспечить работу фасилитатора (ведущего) мероприятия. Кандидатура приглашаемого фасилитатора заранее согласовывается с ПРООН;
7. распространение печатных, визуализационных материалов PR кампании;
8. оформление площадки наглядными информационными носителями, указателями с соответствующей символикой: информационные таблички-указатели, бейджи с ланъярдами, брендирование площадки;
9. обеспечение профессиональной фотосъемки мероприятия и предоставления ПРООН не менее 30 разноплановых снимков в цифровом виде.

В случае принятия решения о проведении некоторых мероприятий в оффлайн формате, расходы на аренду помещения(-ий), оборудования, организацию питания, закупку раздаточных материалов будут осуществлены дополнительно за счет средств ПРООН. Другие расходы должны быть учтены при подаче финансового предложения.

XI. ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ УСЛУГ ПОДРЯДЧИКОМ

Для реализации PR кампании подрядчик может использовать, но не ограничиваться следующими инструментами:

1. Работа с медиа: предоставление аналитических записок о ПРООН, распространение пресс-релизов; организация радио, онлайн и ТВ интервью с целью эффективного освещения в СМИ на основании поставленных задач; размещение согласованных с ПРООН информационных материалов, способствующих достижению целей PR кампании.
2. Работа с лидерами мнений: размещение нативных постов в аккаунтах социальных сетей; использование имиджа лидеров мнений для публикаций в СМИ, и т.д.
3. Организация и проведение специальных оффлайн и онлайн мероприятий для привлечения целевых групп кампании: круглые столы, конференции, семинары, фестивали, флешмобы, волонтерские акции и др.
4. Подготовка информационных бюллетеней и инфографики в электронном и бумажном форматах.
5. Подготовка видеоматериалов, клипов по требуемым тематикам для размещения на веб-сайтах, в соцсетях и на каналах ТВ.
6. Организация пресс-конференций и распространение заявлений для прессы основных заинтересованных сторон и институциональных партнеров.

XII. ТРЕБОВАНИЯ К ПУБЛИЧНОМУ ИНФОРМИРОВАНИЮ И ВИЗУАЛИЗАЦИИ

Все информационные материалы должны быть оформлены в соответствии с брендбуком волонтерской платформы, который будет предоставлен ПРООН после проведения хакатона по разработке брендинга платформы. До момента создания брендбука Подрядчик должен использовать логотипы ПРООН и партнеров в соответствии с требованиями, которые будут высланы Подрядчику до начала реализации PR-кампании.

XIII. ТРЕБОВАНИЯ К КВАЛИФИКАЦИИ ПОДРЯДЧИКА

Подрядчик должен являться юридическим лицом и соответствовать следующим требованиям:

1. Подрядчик должен иметь не менее 3 лет опыта работы в сфере связей с общественностью, что подтверждается свидетельством о регистрации;
2. Подрядчик должен иметь опыт проведения республиканских PR кампаний, который подтверждается презентациями о как минимум 3 республиканских PR-кампаниях* (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 5 слайдов для каждой презентации), реализованных за последние 3 года. Презентации должны содержать следующую информацию: цели PR-кампании, перечень мероприятий, проведенных в рамках PR-кампании и основные результаты (количество привлеченных пользователей, посещений и т. д).
*PR кампания считается республиканской (при оценке поданных тендерных предложений) при наличии следующих характеристик: а) длительность реализации не менее 2 (двух) недель, б) наличие не менее 3 публикаций в республиканских изданиях, в) наличие не менее 2 публикаций регионального уровня (не менее 2- областей с указанием не менее 1 публикации на регион).
3. Наличие опыта продвижения онлайн-сервисов является преимуществом. Опыт Подрядчика подтверждается презентациями о PR-кампаниях по продвижению соответствующих онлайн-сервисов (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 3 слайдов

для каждой презентации). Презентации должны содержать следующую информацию: цели PR-кампании, перечень мероприятий, проведенных в рамках PR-кампании, и основные результаты (количество привлеченных пользователей, посещений и т.д.).

XIV. РЕЗУЛЬТАТЫ И УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ

Оплата будет производиться в 2 этапа:

1 платеж-предоплата в размере, не превышающая 20% от общей стоимости контракта—в течение 10 (десяти) банковских дней после подписания контракта;

2 платеж производится в течение 10 (десяти) банковских дней после оказания услуг по Этапам реализации PR-кампании 1-7 и подписания ПРООН соответствующего Акта сдачи-приемки.

Приложение к Техническому заданию

Волонтерская платформа – веб-портал для эффективной коммуникации участников волонтерского движения в Беларуси. Данная инициатива реализуется ПРООН совместно с EPAM Systems с целью поддержки развития волонтерского движения в Беларуси и упрощения ежедневной работы для волонтеров и волонтерских организаций.

Создание Волонтерской платформы осуществляется в рамках инициативы ПРООН по быстрому реагированию на вызовы, связанные с распространением COVID-19 (далее – инициатива). Одним из мероприятий инициативы является развитие волонтерского движения и консолидация усилий волонтеров в Беларуси для достижения Целей устойчивого развития.

Механика работы Платформы

Удобные функции для всех заинтересованных сторон

Платформа станет единой точкой входа для всех субъектов, заинтересованных в развитии волонтерского движения. Платформа призвана облегчить рабочие процессы для всех заинтересованных сторон, благодаря широкому кругу инструментов и возможностей.

Для волонтеров	• поиск, подача заявок на оказание волонтерской помощи, коммуникация с волонтерскими организациями
Для волонтерских организаций	• сотрудничество и коммуникация, поиск партнёров и потенциальных волонтеров, получение помощи в реализации инициатив
Для менеджеров волонтерских организаций:	• инструменты менеджмента, работа со списками волонтеров, подавшими заявки
Для министерств и правительственных организаций	• отслеживание и анализ информации, собранной в одном месте, для использования в процессе принятия решений
Для экспертов и аналитиков	• получение статистических и агрегированных данных
Для бизнеса и предприятий	• доступ к конкретным инициативам и ознакомление с их потребностями для оказания помощи
Для спонсоров и доноров	• получение информации об активности организации (мероприятия, отчёты, рейтинг)

Естественное развитие волонтерского движения требует повышения уровня технологичности используемых инструментов. Внедрение таких инструментов позволяет оптимизировать распределение человеческих, временных и финансовых ресурсов на организационные, административные и подготовительные процедуры. Участники волонтерского движения заинтересованы в развитии и внедрении таких инструментов, одним из которых является Платформа.

Развитие волонтерского движения вносит вклад в повышение устойчивости и инклюзивности общества, а также в эффективный ответ на современные вызовы и кризисы. Усилия и результат, который показало волонтерское движение в ходе борьбы с первой волной COVID-19 подтверждает, что волонтерское движение имеет значительный потенциал в быстром реагировании и преодолении последствий кризисов и эффективном оказании помощи уязвимым группам населения.

Коммуникация и деятельность на Платформе

Зарегистрироваться на Платформе могут физические и юридические лица. Юридические лица могут быть коммерческими и некоммерческими и выступать как организаторы или партнёры. Физические лица выступают волонтерами и участниками мероприятий.

Незарегистрированные пользователи могут воспользоваться поисковым модулем, который позволяет искать по ряду фильтров мероприятия и организации. Также можно воспользоваться обучающей секцией.

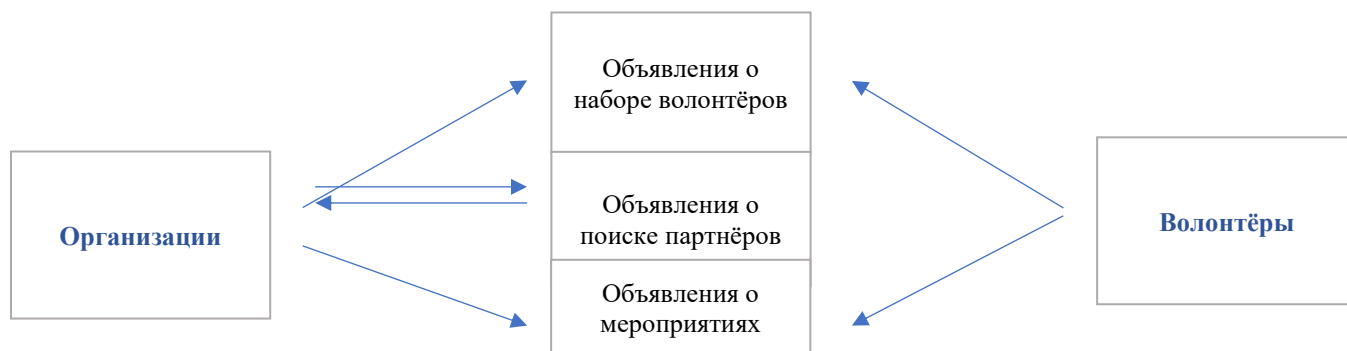
Пройдя регистрацию, организация может публиковать свои мероприятия, создавая объявления на сбор волонтеров, партнеров или участников.

Регистрация даёт возможность пользователям не только просматривать страницы мероприятий и организаций, но и активно взаимодействовать с ними, отправляя свою заявку на участие и добавляя мероприятие или организацию в избранное.

Получив заявку, организация может подтвердить или отклонить заявку волонтера. Менеджер волонтерской организации работает с заявками волонтеров в специальной таблице внутри платформы, там же он оперативно выставит рейтинг волонтерам после завершения мероприятия. Волонтер также выставляет рейтинг организации, с которой он сотрудничал. Кроме того, организатору будет предложено заполнить отчет по прошедшему мероприятию. Данный отчет прикрепляется к странице мероприятия и позволяет любому заинтересовавшемуся лицу наглядно посмотреть анонс и отчет на странице организации в секции прошедших мероприятий.

По подобной логике организация может искать и потенциальных партнеров. Волонтерская платформа должна стать инструментом, с помощью которого будут выстраиваться партнерские отношения среди некоммерческих организаций и бизнеса, а также организаций и частных лиц (волонтеров). Платформа станет площадкой, где любая зарегистрированная организация сможет приглашать к сотрудничеству другие организации, оперативно оповещать и привлекать для их реализации как действующих, так и новых волонтеров.

Платформа не предполагает возможность вести переписку между организацией и волонтером, однако через платформу легко и просто найти контакты и связаться с нужной организацией. А менеджеру волонтерской организации – быстро и просто выгрузить контакты подавших заявки волонтеров, чтобы поставить их в копию письма или создать чат.



Технические решения и особые инструменты для пользователей

На Платформе предусмотрен ряд инструментов, которые призваны облегчить и сделать более эффективным выполнение ежедневных задач участников и лидеров волонтерского движения:

Удобный модуль поиска:

Используя различные критерии и характеристики, пользователи могут найти интересующие организации и объявления. Все результаты можно сразу посмотреть на карте, понравившиеся отметить и сохранить к себе. На карточке объявлений и в профиле организаций указывается соотношение сфер деятельности с Целями устойчивого развития. Удобно выбирать и отслеживать даты, рейтинг и активность организаций.

Удобное отслеживание мероприятий:

В своём личном кабинете волонтеры смогут отслеживать мероприятия, на которые они подали заявку, на всех стадиях. Кроме того, можно следить за понравившимися организациями (follow), а также делиться информацией с Платформы через соцсети и мессенджеры (share).

Удобный волонтерский менеджмент:

Для менеджеров волонтерских организаций предусмотрен многофункциональный центр управления заявками волонтеров. Автоматизация рутинных задач по работе с подавшими волонтерами позволит больше времени потратить на инициативу и общение с командой, а не на бумажную работу.

Удобный механизм отчетности:

Многоступенчатая, продуманная система отчетности позволяет получать актуальную статистическую информацию, агрегированные данные помогают определить наиболее актуальные или нуждающиеся в поддержке сферы, а также выявить потребности волонтерского движения для дальнейшего успешного развития. Кроме того, на Платформе предусмотрена система рейтинга организаций и волонтеров, а также отчетов по мероприятиям.

В платформе заложены механизмы, которые автоматически формируют связи сфер деятельности, на которые направлены мероприятия, и Целей устойчивого развития (ЦУР). Это позволяет пользователям в доступной и интерактивной форме знакомиться с ЦУР на примере конкретных мероприятий и понимать, как их персональное участие позволяет достигать глобальных целей в масштабах страны и всего человечества. С точки зрения отчетности, такое решение позволяет обоснованно говорить о потенциале и вкладе волонтерского движения в развитие страны и достижение ЦУР.

Образовательный компонент:

На Платформе предусмотрен специальный раздел для обмена лучшими практиками среди участников волонтерского движения. Благодаря этому разделу, заинтересованные волонтеры и менеджеры смогут получать знания от более опытных коллег.

Долгосрочные перспективы развития:

При успешной имплементации Волонтерской Платформы в Беларуси планируется масштабирование её идеи и механизма для применения в других странах. Контент, а особенно визуальные составляющие должны быть универсальными, понятными и читабельными для пользователей в Беларуси и за её пределами.

На дальнейших стадиях реализации Платформы будут разрабатываться и внедряться новые механизмы и дополнительные возможности для пользователей, среди планируемых: возможность поиска и просмотра открытых страниц волонтеров по имени и фамилии, система лайков, отзывы (feedbacks), рекомендации и отслеживание подходящих объявлений и прочее. Особое внимание будет уделено последующему совершенствованию инструментов волонтерского менеджмента.

ФОРМА ЗАЯВКИ ДЛЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПОСТАВЩИКА УСЛУГ
(Форма должна быть направлена только на официальном бланке Поставщика услуг⁴)

Кому: В отдел закупок ПРООН в Республике Беларусь

Мы, нижеподписавшиеся, настоящим предлагаем ПРООН оказание услуг **по проведению PR-кампании по продвижению волонтерской платформы** в соответствии с требованиями, определенными в Запросе № **UNDP/380/2020** от 25 ноября 2020 года и всех приложениях к нему, а также **Общих условиях для институциональных (de minimis) договоров ПРООН**.

Мы подтверждаем, что мы прочли, поняли и принимаем Техническое Задание, описывающее обязанности Поставщика услуг в рамках данного Запроса, и Общие условия для институциональных (de minimis) договоров ПРООН.

Мы подтверждаем действительность данного Предложения в течение 60 (шестидесяти) дней от даты, установленной для вскрытия Предложений в Запросе коммерческого предложения, срок действия предложения будет оставаться обязательным и приемлемым для нас до истечения указанного срока. В случае принятия нашего Предложения мы обязуемся начать и завершить предоставление всех услуг, указанных в контракте, не позднее 30 июня 2021 года.

Настоящим заявляем, что:

(а) Вся информация и заявления, представленные в данном предложении, являются правдивыми, и мы согласны с тем, что любые неверные сведения, содержащиеся в нем, могут привести к нашей дисквалификации;

(б) В настоящее время мы не внесены в реестр ООН, включающий компании, которые не имеют права осуществлять поставки, и в иные подобные списки других агентств ООН, также мы никак не связаны с любыми компаниями или лицами, включенными в Консолидированный список Комитета Совета безопасности ООН 1267/1989.

(в) Мы не находимся в стадии незавершенного банкротства и не имеем тяжб на рассмотрении суда или исков, которые могли бы негативно сказаться на нашей работе в качестве действующего предприятия;

(г) У нас не работают лица, которые работают или недавно работали в ООН или ПРООН, и мы не планируем нанимать таких лиц.

Мы отдаем себе отчет в том, что ПРООН оставляет за собой право принять или отклонить любое из полученных предложений, не несет ответственности за такие действия и не берет на себя обязательство информировать претендента об их причинах без соответствующего запроса с нашей стороны.

Уполномоченный подписать заявку для ПРООН и от имени:

[Имя и подпись уполномоченного лица]
[Должность]
[Дата]

⁴ На официальном бланке необходимо указать контактные данные – почтовые адреса, адреса электронной почты, номера телефонов и факса – в целях проверки.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ФОРМА ПРЕТЕНДЕНТА

Каждое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, подающие коммерческое предложение на оказание услуг, должны заполнить данную форму:

1	Наименование юридического лица:	
2	Адрес:	
3	Телефон:	
4	Адрес электронной почты:	
5	Факс:	
6	Место регистрации:	
7	Год регистрации:	
8	Наименование организации, выдавшей регистрационное удостоверение:	
9	ФИО, должность руководителя компании/организации:	
10	Контактное лицо по настоящему предложению:	
11	Банковские реквизиты:	

Указанное в Информационной форме выше юридическое лицо/предприниматель не объявлено банкротом, не находится на стадии банкротства или конкурсного управления и в его отношении не вынесено судебное решение или оно не находится на стадии незавершенного судебного разбирательства, которое может воспрепятствовать нормальному функционированию юридического лица/предпринимателя в ближайшей перспективе.

[Имя и подпись уполномоченного лица]

[Должность]

[Дата]

КВАЛИФИКАЦИЯ КОМПАНИИ

Подрядчик должен являться юридическим лицом и соответствовать следующим требованиям:

1. Подрядчик должен иметь опыт проведения республиканских* PR кампаний (обязательное требование), который подтверждается презентациями о как минимум 3 республиканских PR кампаниях (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 5 слайдов для каждой презентации), реализованных за последние 3 года. Презентации должны содержать следующую информацию: цели PR-кампании, перечень мероприятий, проведенных в рамках PR-кампании и основные результаты (количество привлеченных пользователей, посещений и т. д).

Таблица 1

№	Сроки проведения PR-кампании в соответствии с условиями контракта, с/по (месяц, год)	Фактический период проведения PR-кампании, с/по (месяц, год)	Наименование предмета продвижения (конкретный продукт, организация, деятельность организации, конкретные услуги, мероприятия и т.д.)	Информация о заказчике (наименование организации, должность, Ф.И.О. контактного лица, телефон) **	Ссылка на презентацию***	Отметьте, является ли PR кампания республиканской (выбрать Да или Нет)
1.						ДА/НЕТ
2.						ДА/НЕТ
3.						ДА/НЕТ
4.						ДА/НЕТ
5.						ДА/НЕТ

*PR кампания считается республиканской (при оценке поданных тендерных предложений) при наличии следующих характеристик: а) длительность реализации не менее 2 (двух) недель, б) наличие не менее 3 публикаций в республиканских изданиях, в) наличие не менее 2 публикаций регионального уровня (не менее 2- областей с указанием не менее 1 публикации на регион). При подаче коммерческого предложения от Претендента не требуется предоставление указанных публикаций (либо ссылок на них), однако в процессе оценки поданных предложений ПРООН имеет право запросить публикации, подтверждающие республиканский характер кампании.

** ПРООН может запросить отзывы у контактных лиц, указанных Претендентом.

*** Презентации должны быть i) указаны в виде гиперссылок в таблице или ii) приложены в виде документов к (электронному) письму, сопровождающему коммерческое предложение, с использованием следующего протокола наименования файла: [Наименование компании]_Q1_pres_[краткое наименование PR кампании].

2. Наличие опыта продвижения онлайн-сервисов является преимуществом. При наличии такой опыт подтверждается презентациями о реализованных PR-кампаниях по продвижению соответствующих онлайн-сервисов (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 3 слайдов для каждой презентации). Презентации должны содержать следующую информацию: цели PR-кампании, перечень мероприятий, проведенных в рамках PR-кампании, и основные результаты (количество привлеченных пользователей, посещений и т.д.).

Таблица 2

№	Период продвижения онлайн-сервиса, с/по (месяц, год)	Наименование онлайн-сервиса	Информация о заказчике (наименование организации, должность, Ф.И.О. контактного лица, телефон) *	Ссылка на презентацию**
1.				
2.				

*ПРООН может запросить отзывы у контактных лиц, указанных Претендентом

** Презентации должны быть i) указаны в виде гиперссылок в таблице или ii) приложены в виде документов к (электронному) письму, сопровождающему коммерческое предложение, с использованием следующего протокола наименования файла: [Наименование компании]_Q2_pres_[краткое наименование PR кампании].

Примечание: в случае, если часть PR кампаний, указанных в пункте 1 данного Приложения, применима также и к пункту 2, то информация, подтверждающая соответствующий опыт, должна быть указана как в таблице 1, так и в таблице 2 (т. е. должна быть продублирована).

[Имя и подпись уполномоченного лица]
[Должность]
[Дата]

ФОРМА ПОДАЧИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

(Форма должна быть направлена только на официальном бланке Поставщика услуг)

Цена, предложенная ПРООН, должна быть общей фиксированной ценой, отражающей общую стоимость работ.

Сбор всех исходных данных и прочих необходимых документов, кроме предоставляемых ПРООН согласно Техническому заданию, возлагается на Подрядчика. Любые расходы по получению необходимой документации для выполнения всего комплекса услуг, а также другие расходы, связанные с оказанием данных услуг, должны быть включены в общую стоимость предложения.

Финансовое предложение должно быть должным образом авторизовано и подписано.

Валюта: *(пожалуйста, укажите валюту Вашего предложения)*

ОПИСАНИЕ	СТОИМОСТЬ (БЕЗ НДС)	СТАВКА НДС __%, СУММА НДС	ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ (С НДС)	СРОКИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ
1.1. Креативная концепция PR-кампании доработана и утверждена ПРООН				<i>Укажите ориентировочный срок оказания услуги</i>
1.2. Рабочий план реализации креативной концепции PR-кампании разработан и утвержден ПРООН				<i>Укажите ориентировочный срок оказания услуги</i>
ИТОГО ЗА ПЕРВЫЙ ЭТАП				<i>Укажите ориентировочный срок оказания услуги. (срок выполнения работ по Этапу 1 не позднее 15.01.2021)</i>
2.1. Проведена презентация Платформы для целевых групп в меди-пространстве				
ИТОГО ЗА ВТОРОЙ ЭТАП				<i>Укажите ориентировочный срок оказания услуги. (срок выполнения работ по Этапу 2 не позднее 28.02.2021)</i>
3.1. Обеспечено проведение PR мероприятия по продвижению Платформы среди организаций, деятельность которых связана с помощью				

уязвимым группам и в деятельности которых задействованы волонтеры				
ИТОГО ЗА ТРЕТИЙ ЭТАП				Укажите ориентировочный срок оказания услуги
ИТОГО ЗА ПЕРВЫЙ-ТРЕТИЙ ЭТАПЫ				
4.1. Обеспечено проведение PR мероприятия по продвижению Платформы среди активных волонтеров				
ИТОГО ЗА ЧЕТВЕРТЫЙ ЭТАП				Укажите ориентировочный срок оказания услуги
5.1. Обеспечено проведение PR мероприятия по продвижению Платформы среди потенциальных волонтеров				
ИТОГО ЗА ПЯТЫЙ ЭТАП				Укажите ориентировочный срок оказания услуги
6.1. Обеспечено проведение масштабного PR мероприятия по продвижению Платформы среди всех целевых групп PR кампании				
ИТОГО ЗА ШЕСТОЙ ЭТАП				Укажите ориентировочный срок оказания услуги
ИТОГО ЗА ЧЕТВЕРТЫЙ-ШЕСТОЙ ЭТАПЫ				
7.1. Предоставлен итоговый отчетный материала после проведения PR кампании, который включает в себя отчет о проведенной кампании в формате презентации.				
ИТОГО ЗА СЕДЬМОЙ ЭТАП				Укажите ориентировочный срок оказания услуги (срок выполнения работ по Этапу 6 не позднее 30.06.2021)
ИТОГО ЗА СЕМЬ ЭТАПОВ				

Критерии оценки предложений

Форма оценки		Макс. балл	Компании-участники				
			A	B	C	D	E
1	Техническая оценка (соответствие квалификационным требованиям подрядчика)						
1.1	Опыт работы компании в сфере связей с общественностью	100					
1.1.1	Не менее 3 лет опыта работы в сфере связей с общественностью, что подтверждается свидетельством о регистрации	80					
1.1.2	Более 3-х лет опыта работы в сфере связей с общественностью -5 баллов за каждый дополнительный год опыта работы, но не более 20 баллов в целом	20					
1.2	Опыт проведения PR кампаний	160					
1.2.1	Наличие опыта проведения республиканских PR кампаний, который подтверждается презентациями о как минимум 3 республиканских PR-кампаниях (1 PR-кампания-1 презентация, не менее 5 слайдов для каждой презентации), реализованных за последние 3 года	120					
1.2.2	Наличие опыта проведения республиканских PR-кампаний-10 баллов за каждую дополнительную PR-кампанию (сверх 3 обязательных) за последние 3 года, но не более 40 баллов в целом	40					
1.3	Опыт продвижения онлайн-сервисов является преимуществом	40					
1.3.1	Наличие опыта продвижения онлайн-сервисов является преимуществом. Опыт подтверждается презентациями о реализованных PR-кампаниях по продвижению соответствующих онлайн-сервисов-10 баллов за каждую PR-кампанию, но не более 40 баллов в целом	40					

2. Оценка предложенной креативной концепции (требования к концепции описаны в разделе VIII Технического задания)							
2.1	Качество оформления представленной концепции PR-кампании (соответствие оформления концепции требованиям Технического задания раздела VIII, оформлена в Power Point или в программе с аналогичным функционалом с общим количеством слайдов не менее 20 шт).	30*					
2.2	Качество проработки информации о существующем волонтерском движении и ее учет в предложенной концепции (степень учета действующих в стране механизмов взаимодействия организаций и волонтеров).	50*					
2.3	Учет ключевых сообщений и этапов, целей и задач, целевых групп (подробно описано в разделах II- IX Технического задания)	200*					
2.4	Возможность проведения PR мероприятий в онлайн-формате (возможность реализации кампании в онлайн-формате является преимуществом)	50*					
2.5	Оригинальность и креативность идеи каждого инфоповода, качество описания механики инфоповодов	70*					
Итого за техническое соответствие и предложенную креативную концепцию		700					
3.	Ценовое предложение	300					
ИТОГО		1000					

***Шкала оценки степени соответствия креативной концепции PR-кампании требованиям к концепции и ожиданиям Заказчика (в зависимости от критерия)**

Уровень оценки	Степень соответствия требуемым параметрам	Шкала баллов (максимального количества баллов по данному критерию)
Отлично	Полное соответствие креативной концепции PR-кампании требованиям к концепции и ожиданиям Заказчика	100%

Хорошо	Хорошее соответствие креативной концепции PR-кампании требованиям к концепции и ожиданиям Заказчика	80%
Удовлетворительно	Удовлетворительное соответствие креативной концепции PR-кампании требованиям к концепции и ожиданиям Заказчика	60%
Плохо	Низкое соответствие креативной концепции PR-кампании требованиям к концепции и ожиданиям Заказчика	30%
Очень плохо	Плохое соответствие креативной концепции PR-кампании требованиям к концепции и ожиданиям Заказчика	10%
Не предоставлено	Информация не была предоставлена или неприемлема	0%