

## **ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

на оказание услуг по позиционированию и продвижению продукции

### **1. Общие положения**

1.1. Предмет: оказание услуг по позиционированию и продвижению продукции, а именно проведение таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте» услуг Получателя поддержки (квест-игра «Вятский Дед Мороз») (далее – услуги).

1.2. Цель: информирование целевой аудитории об услугах Получателя поддержки с помощью таргетированной рекламы.

1.3. Заказчик: Кировский областной фонд поддержки малого и среднего предпринимательства (микрокредитная компания).

1.4. Получатель поддержки: субъект малого и среднего предпринимательства, участник туристско-рекреационного кластера Кировской области, которому Заказчиком оказывается содействие в популяризации продукции.

1.5. География проведения таргетированной рекламы: Кировская область.

1.6. Стоимость услуг включает оплату услуг Исполнителя, предусмотренных настоящим техническим заданием, в том числе настройку рекламной кампании и рекламный бюджет. Исполнитель согласовывает с Заказчиком с учетом необходимости достижения Исполнителем результатов рекламной кампании, установленных в настоящем техническом задании.

1.7. Страница Получателя поддержки в социальной сети «ВКонтакте»: <https://vk.com/vyatkamoroz>.

### **2. Содержание и объем услуг по проведению таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте»**

2.1. Создание рекламно-информационных материалов об услугах Получателя поддержки для проведения таргетированной рекламы (рекламных постов/объявлений) в количестве не менее 10 штук и согласование с Получателем поддержки. По требованию Получателя поддержки Исполнитель вносит правки в проекты рекламно-информационных материалов. Тексты объявлений, дизайн рекламно-информационных материалов должны быть предварительно согласованы с Получателем поддержки.

Информацию и исходные материалы для создания рекламно-информационных материалов предоставляет Получатель поддержки.

2.2. Определение Исполнителем целевой аудитории для настройки таргетированной рекламы в социальной сети.

Исполнитель проводит анкетирование представителя Получателя поддержки с целью сбора информации о продукции, конкурентных преимуществах, выстраивания портрета потенциальных покупателей (целевой аудитории).

Перед размещением таргетированной рекламы в социальной сети целевая аудитория согласовывается с Получателем поддержки.

2.3. Размещение, настройка и сопровождение таргетированной рекламы в социальной сети «ВКонтакте» Исполнителем на площадке VK Реклама.

2.3.1. Выставление параметров показов. Тестирование.

2.3.2. Настройка объявлений на целевую аудиторию, географии показов.

2.3.3. Размещение рекламно-информационных материалов в социальной сети.

2.3.4. Прохождение модерации.

2.3.5. Назначение и контроль ставки, анализ эффективности.

2.3.6. Мониторинг бюджета рекламы.

2.3.7. Установление лимитов рекламной кампании (при необходимости).

2.4. Исполнитель обеспечивает максимально эффективное использование выделенного бюджета за счёт использования всех возможных настроек.

2.5. Исполнитель взаимодействует с технической поддержкой социальных сетей при ошибках системы (в т.ч. массовых), по вопросам обслуживания, работы различных рекламных инструментов.

2.6. Исполнитель еженедельно предоставляет Получателю поддержки отчет, включающий сведения об: охвате, количестве показов, количестве переходов, цене за показ/переход, периоде действия рекламы, израсходованном бюджете и остатках, данных об аудитории, а также по запросу Получателя поддержки предоставляет доступ в рекламный кабинет социальной сети для просмотра статистики рекламной кампании.

2.7. Исполнитель разрабатывает рекомендации по дальнейшему повышению эффективности кампании (подключение дополнительных инструментов, корректировка рекламной стратегии).

2.8. Исполнитель по инициативе Получателя поддержки или по собственной инициативе вправе внести изменения в рекламную кампанию по согласованию с Получателем поддержки, в том числе: назначить корректировку ставок по различным параметрам (тип устройства, время показа, товарные группы и пр.), вносить изменения в целевую аудиторию (при необходимости).

2.9. Исполнитель сопровождает рекламную кампанию до достижения конечных результатов.

2.10. Результаты таргетированной рекламы:

2.10.1. Количество показов рекламных постов/объявлений в социальной сети «ВКонтакте» не менее 120 000 показов.

2.10.2. Количество переходов на страницу Получателя поддержки в социальной сети «ВКонтакте» или на сайт Получателя поддержки (по согласованию с Получателем поддержки) не менее 1000 переходов.

2.11. Рекламная кампания может быть приостановлена Исполнителем по согласованию с Получателем поддержки в целях достижения равномерного расходования рекламного бюджета.

### **3. Требования к оказанию услуг**

3.1. Услуги оказываются в соответствии с условиями настоящего технического задания, а также в соответствии с действующими нормами, стандартами и правилами оказания данного вида услуг.

3.2. Оказание услуг осуществляется в соответствии с требованиями: Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Федерального закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе»; Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

3.3. Исполнитель выполняет требования действующего законодательства о маркировке рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе:

- добавляет пометку «реклама», указание на Получателя поддержки как рекламоателя и (или) сайт, страницу сайта в сети Интернет (при наличии), содержащие указание на рекламоателя, во все рекламные материалы до начала их размещения;

- до начала размещения рекламы обеспечивает получение идентификатора рекламы, то есть уникального цифрового обозначения, предназначенного для обеспечения прослеживаемости распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламы и учета информации о такой рекламе в отношении каждого рекламного материала, согласованного к размещению по настоящему техническому заданию;

- своевременно и в полном объеме представляет достоверную и актуальную информацию в информационную систему «Единый реестр интернет-рекламы» через оператора рекламных данных в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации.

#### **4. Порядок сдачи-приемки услуг**

4.1. Сдача оказанных услуг оформляется актом сдачи-приемки оказанных услуг/выполненных работ.

4.2. По окончании оказания услуг по проведению таргетированной рекламы Исполнитель предоставляет Заказчику и Получателю поддержки:

- итоговый отчёт с выгрузкой статистически данных из рекламного кабинета;
- макеты рекламно-информационных материалов (рекламных постов/объявлений), размещенных в социальной сети «ВКонтакте».