

ANEXA. CAIETUL DE SARCINI SERVICII PROMOVARE ONLINE

Mai jos sunt prezentate cerintele minimale pentru achizitionarea serviciilor de promovare online - Google Ads si Facebook.

Se va incheia un contract de servicii de promovare online pentru o perioada de 24 luni de zile. Cerintele impuse prin specificatiile tehnice sunt considerate ca fiind minimale. Orice oferta de baza prezentata, care se abate de la cerintele tehnice, va fi luata in considerare numai in masura in care propunerea tehnica presupune asigurarea unui nivel calitativ superior cerintelor minimale. Nu se accepta oferta pe unul sau mai multe loturi.

A. DATE DESPRE PROIECT

1. Obiectiv General al proiectului este promovarea incluziunii sociale, combaterea saraciei si a oricarei forme de discriminare, prin cresterea accesului la servicii accesibile, durabile si de inalta calitate, inclusiv asistenta medicala si servicii sociale de interes general, prin organizarea de programe de sanatate si servicii orientate catre preventie, depistare precoce (screening) diagnostic si tratament precoce al cancerului de col uterin pentru 170.001 femei din regiunea Sud-Muntenia, dintre care minim 50% apartin grupurilor vulnerabile.

2. Obiectivele specifice ale campaniei de informare/constientizare sunt urmatoarele:

- Scaderea numarului de cazuri noi de cancer de col uterin (incidenta);
- Scaderea gravitatii cazurilor de cancer de col uterin, reducerea numarului si severitatii complicatiilor acestora avand drept consecinta reducerea nevoilor de ingrijiri spitalicesti, a costurilor legate de acestea si a dizabilitatilor provocate de complicatii
- Prelungirea duratei de viata activa, in care persoanele isi pot derula activitatea profesionala si indeplini atributiile familiale in mod independent
- Reducerea mortalitatii prin cancerul de col uterin
- Schimbarea comportamentelor populatiei, prin promovarea celor favorabile sanatatii si reducerea celor care cresc riscul de boala
- Cresterea cererii de servicii preventive, dezvoltand in populatie asteptarea de a primi asemenea servicii si nu doar servicii curative

3. Beneficiile grupului tinta-persoane care vor beneficia de programe de sprijin (screening) obtinute prin participarea la activitatile proiectului:

- acces crescut la servicii medicale de calitate, in contextul in care persoanele care locuiesc in zonele rurale si grupurile vulnerabile au acces limitat la serviciile de asistenta medicala, ceea ce, la randul sau, are un impact negativ asupra starii de sanatate a populatiei.
- mai putine cazuri de cancer de col uterin: deoarece depisteaza leziunile precanceroase, procedura de screening scade sau chiar elimina riscul de a dezvolta cancer de col uterin.
- mai putine cazuri de cancer in stadiu avansat: screeningul depisteaza cancerul în faza timpurie, înainte de a metastaza.
- mai putine decese în urma cancerului: deoarece cancerul în faza precoce beneficiaza de tratamente eficiente, cu sanse crescute de vindecare, depistarea lui in aceasta faza incipienta conduce la diminuarea riscului de deces (anual se pierd din cauza decesului premature prin CCU în medie 2.6 ani potentiali de viata/100.000 femei).

Activitatile si obiectivele proiectului contribuie la solutionarea necesitatilor specifice ale grupului tinta, prin facilitarea accesului la servicii medicale, astfel oferind o permeabilitate mai mare in teritoriu a serviciilor de sanatate de calitate, conform normativelor Organizatiei Mondiale a Sanatatii.

4. Grupul Tinta al proiectului, sau populatia targetata prin Campania de informare:

Proiectul are in vedere furnizarea serviciilor de sanatate din programele regionale de preventie, depistare precoce, diagnostic si tratament al leziunilor precanceroase ale colului uterin si vizeaza un numar de 170.001 de femei cu varste intre 24 si 64 de ani, inclusiv persoane apartinand grupurilor vulnerabile care vor beneficia de serviciile oferite prin programele regionale de preventie, depistare precoce, diagnostic si tratament al leziunilor precanceroase ale colului uterin. Grupul tinta (GT) - persoane care vor beneficia de programe de sprijin (screening) - va fi localizat in regiunea de dezvoltare Sud Muntenia (7 judete), astfel:

- femei cu vârsta cuprinsa între: a. 30-64 ani pentru femeile care beneficiaza de testarea HPV
- 24-29 ani pentru femeile care beneficiaza de testarea Babes-Papanicolau B. au domiciliul/resedinta în regiunea vizata prin proiect
- din punct de vedere medical, intra într-una din urmatoarele situatii: nu au un diagnostic confirmat de cancer de col uterin; sunt asimptomatice; nu au antecedente sugestive pentru patologia de cancer de col uterin.

Din cei 170.001 membri ai Grupului Tinta - persoane care vor beneficia de programe de sprijin (screening), provenind atat din mediul urban, cat si din mediul rural – peste 56% se va incadra in una din urmatoarele situatii vulnerabile:

- Persoane sarace;
- Lucratori pe cont propriu in agricultura;
- Persoane din mediul rural;
- Persoane din centre de plasament sau anterior institutionalizate;
- Persoane care au parasit sistemul de protectie a copilului;
- Persoane fara adapost;
- Cetateni români aparținând minoritatii rome;
- Persoane cu dizabilitati, inclusiv persoane invalide si cu nevoi complexe;
- Femei care au copii cu dizabilitati;
- Persoane care sufera de dependenta de alcool si alte substante toxice;
- Victime ale traficului de fiinte umane.

B. DATE DESPRE CONTRACT

Obiectul contractului îl reprezintă achiziția de servicii promovare online a programului de screening pentru cancerul de col uterin in cadrul proiectului *Screening pentru Cancerul de Col Uterin si tratament precoce – SCCUT* (ID 136812).

Servicii care vor consta în urmatoarele prestatii:

- Realizare campanie in social media, cu componentă de optimizare Facebook ads
- Realizare campanie Google și optimizare SEO
- Închiriere de spațiu publicitar pentru difuzare bannere
- Monitorizare campanie online.

Toate activitățile descrise în prezenta secțiune urmează a fi realizate până cel târziu în ultima lună de implementare a proiectului.

Toate cerințele sunt minimale și obligatorii. Dacă caracteristicile minime obligatorii nu sunt îndeplinite de ofertă, aceasta este descalificată.

1. Specificații tehnice pentru promovarea de bannere online si materiale editoriale

Ofertantul va asigura transmiterea bannerelor către fiecare site în parte în domeiul relevant și încărcarea acestora pe site-urile respective. Bannerele si materialele editoriale vor fi furnizate de către Achizitor.

Specificati tehnice publicare banner flash:

Locul de afișare: Pagina de start sau Pagina de interior

Dimensiune Banner — -1200x628px ; 1200x1200px ; jpeg, max 150kb / buc



UNIUNEA EUROPEANĂ



- 3-4 imagini : 1080x1080px, .jpeg, max 150kb / buc
- 300x250px ; 300x600px ; 970x250px ; 160x600px ; 728x90px ; .jpeg / .html5, max 150kb / buc
- Logo : 1200x1200px, .jpeg, max 150kb / unit

Specificații tehnice materialele editoriale

Număr caractere: aproximativ 2000

Text și ilustrații: color

2. Specificații tehnice pentru realizare campanie in social media, cu componentă de optimizare Facebook ads

Ofertantul va actualiza în permanență, pe durata proiectului, bannerele puse la dispoziție de Achizitor. Acestea vor conține informații relevante pentru grupul țintă

În vederea creșterii vizibilității proiectului, Ofertantul va achiziționa un pachet de promovare de tip Standard Ads și Carousel Ads, ce va avea **2400 afisari/ luna**. Ținând cont că proiectul trebuie să aibă 50%+ din beneficiari, populație vulnerabilă, se va ține ținta populația interesată de următoarele domenii: știri, rețele de socializare, rețeaua de televiziune, știri locale, TV, sănătate, agricultură, zonă rurală, divertisment, familie.

Campania va avea și o componentă de optimizare a Facebook Ads, cu durata de 24 luni.

Ofertantul va stabili împreună cu Achizitorul targetul de vârstă, zonă geografică pentru campania de awareness și like-uri.

3. Specificații tehnice pentru campanie Google și optimizare SEO

Ofertantul va propune o campanie Google și optimizare SEO, pe baza următoarelor instrumente: strategii dedicate anunțurilor tip text afișate în pagina de rezultate căutări Google, dar și pe site-urile care fac parte din rețeaua Google AdSense, anunțuri grafice și publicitate pe mobil (prin anunțuri text și bannere pe site-uri din Rețeaua de display Google), în formatul Standard Ads & Responsive Ads cu **2000 de afisari/luna**.

Se va utiliza Google Analytics pentru a monitoriza vizitatorii site-ului de proiect și comportamentul acestora. Site-ul promovat va fi cel de proiect care va oferi informații privind programul de formare profesională, iar prin intermediul google adwords se vor seta/utiliza cuvinte cheie relevante precum: „screening”, „cancer de col uterin”, „HPV”, „Papanicolau” etc, stabilite împreună cu Achizitorul pentru a optimiza căutările și pentru a obține rezultatele dorite. Ținând cont de specificul grupului țintă, se vor ține ținta persoane interesate de următoarele domenii : Știri, Divertisment, Cititori de știri locale, Sănătate, Familie, Casa și grădina.

Campania va avea o durată de 24 de luni.

D. Închiriere de spațiu publicitar

Se va asigura achiziția spațiului media necesar difuzării bannerelor electronice și materialelor editoriale, conform planului propus de operatorul economic și aprobat de Achizitor.

E. Audiența

Ofertantul va nominaliza numărul de pagini web cu adresabilitate directă grupului țintă (femei cu vârsta cuprinsă între 24-64 ani) în cadrul cărora va asigura spațiu de difuzare, pentru bannerele statice și animate.

Difuzarea online a acestor bannere va fi asigurată fie pe prima pagină, fie pe pagini al căror conținut are legătură directă cu diferitele activități din proiect.

Ofertantul va urmări persoanele vizate (femei cu vârsta cuprinsă între 24-64 ani) de campanie în funcție de interesele și comportamentul online al acestora, conform algoritmilor disponibili ai aplicațiilor utilizate (Facebook și Google). În cadrul campaniei se vor afișa mesajele promovate de către Ofertant în legătură cu proiectul, pe site-urile accesate de către utilizatorul vizat.

F. Media plan

Se va elabora un Media Plan astfel încât să asigure difuzarea bannerelor electronice și materialelor editoriale pe site-uri cu acoperire regională.



Calendarul livrării spațiilor de difuzare pe fiecare dintre site-urile propuse se va face conform termenelor garantate prin propunerea tehnica și agreate de către Achizitor.

Ofertanții vor face dovada disponibilității spațiilor media propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri/memo-dealuri sau orice alt înscris din care să rezulte ca spațiul media oferit se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului.

G. Monitorizare

Furnizorul va asigura realizarea activității de monitorizare a materialelor publicitare difuzate pe canalele media propuse in media plan.

Raportul de monitorizare online va conține cel puțin următoarele informații:

- Perioada în care s-a realizat difuzarea;
- Pagina web pe care s-a realizat difuzarea;
- Print screen după pagina web pe care este afișat banner-ul electronic;
- Monitorizare campanie FB;
- Monitorizare campanie Google și SEO;
- Estimare a numărului de persoane atinse, ce aparțin publicului țintă al campaniei.

C. ALTE OBLIGATII ALE OFERTANTILOR VALABILE

Operatorul economic trebuie să dovedească flexibilitate în soluționarea eventualelor aspecte neprevăzute care pot interveni, de natură să afecteze implementarea contractului, precum și în cazul apariției altor situații de risc anticipate de acesta.

În derularea contractului este importantă furnizarea, în timp util, a informațiilor, datelor și a răspunsului privind rezultatele obținute și de aceea, operatorul economic trebuie să își asume responsabilitatea redactării și prezentării de documente clare și solicitări precise de date, indicând data la care așteaptă informațiile solicitate, pentru a nu fi afectată implementarea contractului, conform calendarului stabilit.

Operatorul economic este responsabil de calitatea rezultatelor obținute și de asigurarea unui management financiar și administrativ, eficient și eficace, în conformitate cu prevederile contractuale.

În acest sens, ofertantul trebuie:

- să se asigure că rezultatele obținute sunt la standardele de calitate necesare și sunt livrate conform termenelor stabilite;
- să asigure o bună raportare, conform condițiilor contractuale.

Operatorul economic va respecta notificările emise de către beneficiar pentru începerea activităților și va furniza acesteia toate informațiile referitoare la contract. Va fi obligat să asigure realizarea activităților și obținerea rezultatelor stabilite prin contract.

Operatorul economic trebuie să consulte beneficiarul cu privire la orice aspect/ problemă care apare în procesul de implementare și să asigure toate resursele umane și materiale necesare pentru buna execuție a contractului.