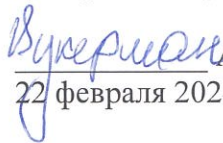


Согласовано:
Руководитель
Центра поддержки экспорта

 А.Б. Цукерман
22 февраля 2024 г.

Утверждаю:
Директор Фонда развития
Республики Хакасия



Д.А. Пауль
22 февраля 2024 г.

Техническое задание №6 от 26 февраля 2024г.

на оказание услуги по продвижению информации о деятельности Центра поддержки экспорта в информационно-коммуникационной сети «Интернет», а именно: по SMM сопровождению аккаунтов Центра поддержки экспорта в социальных сетях Одноклассники, ВКонтакте, мессенджере Telegram

Наименование структурного подразделения	Фонд развития Республики Хакасия – Центр поддержки экспорта (далее – Заказчик)
Наименование услуг	Услуги по продвижению информации о деятельности Центра поддержки экспорта в информационно-коммуникационной сети «Интернет», а именно: по SMM сопровождению аккаунтов Центра поддержки экспорта в социальных сетях Одноклассники, ВКонтакте, мессенджере Telegram (далее – услуга).
Дата, время, место приема предложений на оказание услуг	<p>Предложение на оказание услуг предоставляется в письменном виде за подписью уполномоченного лица и печатью (при наличии) участника процедуры отбора с приложением копий документов, указанных в техническом задании, заверенных надлежащим образом (с указанием должности и ФИО лица, заверившего документы, и даты их заверения), до 18.00 местного времени (Республики Хакасия) 02.03.2024г. нарочно, почтовым отправлением (экспресс-почтой) по месту нахождения Фонда по адресу: Республика Хакасия, г. Абакан, пр. Дружбы Народов, 2А (Фонд развития Республики Хакасия), либо направляется через электронный документооборот Контур Диадок, заверенное усиленной квалифицированной электронной подписью. При направлении через электронный документооборот Контур Диадок прилагаемые к предложению документы должны быть направлены в виде скан-копии документа, в формате pdf и/или jpeg, или иного формата с читаемым текстом.</p> <p>Предложение на оказание услуг, предусмотренных техническим заданием, должно содержать следующую информацию:</p> <ul style="list-style-type: none">- фирменное наименование юридического лица/Ф.И.О. индивидуального предпринимателя, физического лица;- стоимость и объем оказываемых услуг/выполняемых работ, предусмотренных техническим заданием.
Описание услуги	<p>Услуги включают в себя:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Создание, подбор, подготовку текстового и/или видео, фото, аудио и иного иллюстративно-информационного материала (контента) для размещения в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).2. Размещение рекламно-информационных материалов в социальных сетях в сети «Интернет» согласно утвержденному заказчиком контент-плана, а именно:<ul style="list-style-type: none">- ведение сообществ ЦПЭ в социальных интернет-сетях Одноклассники, ВКонтакте, мессенджере Telegram в объеме не менее 30 постов в месяц, но не более 50 постов (текстовые материалы и/или фотографии, графические изображения, видео, аудио, адаптированные к требованиям

	<p>социальных интернет-сетей);</p> <ul style="list-style-type: none"> - по запросу Заказчика Исполнитель дополняет контент план и публикует необходимую информацию не позднее 3-х (трех) часов с момента запроса Заказчика; - использование возможностей социальных сетей – «истории» в Telegram, «клипы» и «истории» во ВКонтакте, «моменты» в Одноклассниках; - использование приложения социальной сети ВКонтакте для понятной визуализации (виджеты, афиши, формы сбора заявок и прочее); - модерацию комментариев в сообществах ЦПЭ в социальных интернет-сетях (оперативное удаление оскорбительных, нецензурных, противозаконных комментариев); - организацию и осуществление совместно с сотрудниками ЦПЭ оперативной обратной связи с целевой аудиторией; - привлечение аудитории в подписчики/друзья <p>3. Запуск таргетированной рекламы в ВКонтакте с бюджетом 5000 (пять тысяч) рублей в месяц для целевой аудитории Заказчика. Критерии рекламного объявления устанавливаются на усмотрение исполнителя, исходя из целей рекламных объявлений.</p> <p>4. Создание контент-плана, который должен содержать тематику рекламно-информационных материалов.</p> <p>Услуга должна быть оказана на ежемесячной основе и в соответствии с Методическими рекомендациями по работе со СМИ и социальными сетями для региональных Центров поддержки экспорта (Приложение №1).</p>
Срок оказания услуг	Общий срок оказания услуги исполнителем – с 11.03.2024 г. до 27.12.2024 г. (включительно).
Срок действия договора	Срок действия Договора – с момента подписания до полного исполнения Сторонами обязательств по Договору, но не позднее 28.12.2024
Требования к исполнителю	<p>Исполнитель должен соответствовать следующим требованиям:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Быть правомочным на заключение договора в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации (для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: https://egrul.nalog.ru/- ФНС, для физических лиц - реестр недействительных паспортов - http://services.fms.gov.ru/- Главное управление по вопросам миграции МВД России) или законодательством иностранного государства их регистрации (гражданства). 2. Соответствовать требованию (в отношении российского юридического лица) о непроведении ликвидации и отсутствии решения арбитражного суда (в отношении российского юридического лица, индивидуального предпринимателя) о признании банкротом и об открытии конкурсного производства (https://bankrot.fedresurs.ru/- Единый федеральный реестр сведений о банкротстве, https://kad.arbitr.ru/- картотека арбитражных дел). 3. Соответствовать требованию (в отношении российского юридического лица) об отсутствии сведений в реестрах недобросовестных поставщиков, предусмотренных Федеральным законом № 223-ФЗ от 18.07.2011 «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» и (или) Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок» (https://zakupki.gov.ru/epz/dishonestsupplier/search/results.html - реестр недобросовестных поставщиков). 4. Иметь лицензию, допуск, сертификат если продажа товаров, оказание услуг, выполнение работ допускается только при наличии соответствующих документов. 5. Деятельность не должна быть приостановлена в порядке, установленном Кодексом Российской Федерации об административных

правонарушениях на день подачи предложений и документов.
 6. В целях проявления должной осмотрительности при выборе контрагента (Исполнителя), Заказчик проводит проверку поставщиков (подрядчиков/исполнителей) на наличие/отсутствие действующих исполнительных производств. При наличии действующего исполнительного производства, возбужденного в отношении поставщика (подрядчика/исполнителя) на сумму свыше 10 000 (десяти тысяч) рублей, Заказчик вправе отказать в заключении договора такому поставщику (подрядчику/исполнителю) (даже при его соответствии установленным требованиям и критериям) либо договор с таким поставщиком (подрядчиком/исполнителем) может быть заключен на условиях оплаты услуг только после исполнения обязательств по заключаемому договору в полном объеме.

Исполнитель должен соответствовать следующим критериям:

Критерии отбора:	Подтверждающие документы
1. Опыт предоставления услуг по продвижению информации в информационно-коммуникационной сети «Интернет», а именно: по SMM сопровождению бизнес-аккаунтов в социальных сетях в период с 01.01.2022 по 31.12.2023 в количестве не менее 2-х договоров, со сроком действия не менее 6 (шести) месяцев.	Договоры с актами оказанных услуг.
2. Наличие положительных рекомендаций или отзывов от контрагентов, которым оказывались аналогичные услуги (по продвижению информации в информационно-коммуникационной сети «Интернет», а именно: по SMM сопровождению бизнес-аккаунтов в социальных сетях), и наличие контактов клиентов, у которых можно получить устное подтверждение оказания услуг и обсудить уровень удовлетворенности качеством услуг.	Благодарственные письма и/или рекомендации и перечень контрагентов с указанием тел. для связи.
3. Предложение об условиях оказания услуг, которые могут быть направлены на повышение эффективности оказания услуг и прочие предложения, влияющие на процесс и качество оказания услуг.	Стратегия реализации услуг/работ.

Минимальный размер соответствия требованиям, определенным в качестве критериев для оценки участника процедуры отбора исполнителей по продвижению информации в информационно-коммуникационной сети «Интернет», а именно: по SMM сопровождению бизнес-аккаунтов в социальных сетях – 100%

Каждый критерий оценки участников процедуры отбора имеет равнозначный процент. Сумма процентов по всем баллам составляет 100%. Минимальный размер процентов соответствия рассчитывается следующим образом: количество критериев, соответствие которым подтверждено исполнителем, делится на общее количество критериев, предусмотренных для конкретных услуг, и умножается на 100 %.

	<p align="center">Требования к документам, подтверждающим критерии:</p> <ul style="list-style-type: none"> • При изменении ФИО лица/наименования юридического лица, документы которого предоставляются для подтверждения соответствия критерию - копия свидетельства о заключении брака/расторжении брака, копия решения об изменении наименования юридического лица или иной документ, подтверждающий указанные изменения. • Документы, подтверждающие соответствие требованиям, определенным в качестве критериев, для оценки участника процедуры отбора предоставляются на русском языке либо на иностранном языке с приложением заверенного перевода. • Документы, подтверждающие соответствие участника отбора критериям, предоставляются за период, указанный в техническом задании, необходимый для оценки. • Документы, подтверждающие соответствие участника отбора критериям, предоставляются в разумном количестве.
Порядок отбора	<p>Победителем процедуры отбора исполнителей признается участник процедуры отбора подрядчиков/исполнителей, соответствующий требованиям и минимальному размеру требований, определенных в качестве критериев для оценки участника процедуры отбора исполнителей, установленному разделом «Требования к Исполнителю», указанному в Техническом задании и предоставивший в полном объеме документы, в соответствии с настоящим техническим заданием и предложивший наименьшую цену на требуемую услугу. В случае, если наиболее низкая цена на требуемую услугу предложена несколькими участниками процедуры отбора, договор заключается с участником, чье предложение было зарегистрировано первым.</p> <p>Договор заключается с победителем процедуры отбора не позднее 20 (двадцати) рабочих дней с момента подписания протокола рассмотрения и оценки предложений участников процедуры отбора исполнителей.</p>
Требования к качеству и безопасности услуг.	<p>Исполнитель дает обязательство обеспечить создание, подготовку и размещение материалов в соответствии с требованиями: Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».</p> <p>Исполнитель при оказании услуг обязан:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оказать услуги надлежащего качества в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, в порядке и сроки, предусмотренные настоящим Техническим заданием; - оказывать услуги собственными силами или с возможностью привлечения сторонних организаций, при этом исполнитель несет ответственность за действия привлекаемых им сторонних организаций, а также за соблюдение ими норм и правил, предусмотренных законодательством при оказании данных услуг; - гарантировать, что в отношении предоставленных им материалов, использованных при создании результата оказания услуг и являющихся объектами имущественных, авторских и/или смежных прав, Исполнителем приобретены права на такие материалы в объеме, необходимом и достаточном для их использования в результате оказания услуг. Исполнитель несет полную ответственность за нарушение вышеперечисленных гарантий; - в случае предъявления к Заказчику претензий третьих лиц, связанных с неправомерным использованием в результате оказания услуг материалов, предоставленных Исполнителем и являющихся объектами имущественных, авторских и/или смежных прав, компенсировать Заказчику суммы претензий третьих лиц, штрафов, а также иных убытков, связанных с такими претензиями; - передать исключительные права на результаты, полученные при

	<p>оказании услуг по Договору, Заказчику на весь срок действия исключительных прав, определяемый в соответствии со ст. 1281 Гражданского кодекса Российской Федерации. Такие исключительные права передаются Заказчику без выплаты дополнительного вознаграждения. Заказчик распоряжается правами на результаты, полученные по Договору, в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. Права, передаваемые Исполнителем Заказчику на результаты услуг по Договору, должны быть переданы и готовы в полном объеме для их полноценного использования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать логотип Заказчика согласно представленному Заказчиком брендбуку при размещении информации в виде постов в социальных сетях Одноклассники, ВКонтакте, мессенджере Telegram; - своевременно сообщать заказчику информацию об обстоятельствах, препятствующих надлежащему оказанию услуг, возникших в процессе оказания услуг и предлагать пути их решения; - по требованию Заказчика Исполнитель должен учитывать все предложения и устранять замечания Заказчика, направляемые надлежащим образом.
Порядок сдачи-приемки результатов услуг	Отчетным периодом является календарный месяц. Порядок сдачи-приемки результатов услуг определяется сторонами в договоре.
Порядок оплаты	Порядок оплаты определяется сторонами в договоре.
Цена услуг (включая все взносы/расходы исполнителя, связанные с оказанием услуг)	<p>Стоимость услуг по продвижению информации о деятельности Центра поддержки экспорта в информационно-коммуникационной сети «Интернет», а именно: по SMM сопровождению аккаунтов Центра поддержки экспорта в социальных сетях Одноклассники, VK, мессенджере Telegram рассчитывается на основании прейскуранта (иного документа, регламентирующего стоимость услуг Исполнителя), действующего на момент заключения договора, в соответствии с настоящим техническим заданием, и не может быть выше 520 000 (пятьсот двадцать тысяч) рублей за весь период оказания услуг.</p> <p>При изменении периода оказания услуг стоимость услуг соответственно может быть уменьшена соразмерно периоду фактического оказания услуг.</p>

К предложению на оказание услуг, предусмотренных техническим заданием, должны быть приложены следующие документы/сведения:

- карточка предприятия (юридического лица/индивидуального предпринимателя), содержащая фирменное наименование (наименование), ИНН, ОГРН, сведения об организационно-правовой форме, о месте нахождения (юридический адрес), почтовый адрес (для юридического лица), (фамилия, имя, отчество, паспортные данные, сведения о месте жительства (для физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя), номер контактного телефона);

- копии документов, удостоверяющих личность физических лиц и граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица;

- документ, подтверждающий полномочия лица на осуществление действий от имени участника отбора – юридического лица (копия решения о назначении или об избрании физического лица на должность, в соответствии с которым такое физическое лицо обладает правом действовать от имени участника без доверенности (далее – руководитель). В случае если от имени участника процедуры отбора действует иное лицо, в составе документов должна содержаться доверенность на осуществление действий от имени участника отбора, заверенная печатью участника отбора (для юридических лиц) и подписанную руководителем участника отбора или уполномоченным этим руководителем

лицом, либо нотариально заверенную копию такой доверенности. В случае, если указанная доверенность подписана лицом, уполномоченным руководителем участника отбора, в составе документов на участие в отборе должен быть приложен документ, подтверждающий полномочия такого лица;

- копия решения (протокола) о создании юридического лица. При изменении наименования или организационно-правовой формы – копия решения (протокола) о внесении указанных изменений и документов, подтверждающих регистрацию таких изменений;

- копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица (для юридических лиц), свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (для физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность), зарегистрированных до 01.01.2017, либо листа записи в Единый государственный реестр юридических лиц/Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей;

- копия свидетельства о постановке на учет юридического лица в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации (для юридических лиц), копия свидетельства о постановке на учет физического лица в налоговом органе (для физических лиц, в т. ч. осуществляющих предпринимательскую деятельность);

- копия устава участника отбора (для юридических лиц);

- обязательство об отказе в предоставлении услуги субъекту малого и среднего предпринимательства в случае, если они с поставщиком (подрядчиком/исполнителем) состоят в одной группе лиц, определенных в соответствии с Федеральным законом от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;

- решение об одобрении или совершении крупной сделки (для юридических лиц), либо соответствующее гарантийное письмо, подтверждающее, что сделка не является крупной или одобрение не требуется в соответствии с законодательством (в случае, если единственный учредитель (участник) юридического лица является его исполнительным органом, решение об одобрении или совершении крупной сделки либо справка не требуются);

- копии документов, подтверждающих соответствие поставщика (подрядчика/исполнителя) критериям, установленным в настоящем техническом задании;

- документы о принадлежности участника отбора к группе компаний и/или подтверждающие право осуществлять деятельность под товарным знаком (при принадлежности участника отбора к группе компаний или осуществлении деятельности под товарным знаком).

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ

1. Использование ключевых форматов публикаций в социальных сетях:

- разборы продуктов и услуг поддержки – понятные, написанные с точки зрения экспортера обзоры конкретных мер поддержки, и пакеты решений для типовых жизненных ситуаций экспортера;
- вопросы и ответы – подробные, честные и понятные ответы на вопросы, которые Центру часто задают экспортеры;
- репосты обучающих постов и материалов РЭЦ – даже простые репосты создают ценность для аудитории Центра;
- отзывы клиентов и обучающихся – текстовые и в идеале видео-отзывы; нет необходимости в исключительном качестве видео. Достаточно того, что клиент может снять сам на производстве или в офисе, или сотрудник Центра – на полях тренинга;
- кейсы – истории успеха клиентов Центра с фото- и видео-договоренностями, что клиент готов вместе с Центром отвечать на уточняющие вопросы в комментариях (см выше как писать востребованные истории успеха);
- анонсы мероприятий – краткие анонсы с акцентом на самое ценное, что получат и узнают участники мероприятия, кратким и понятным указанием кто, что, где и когда проводит;
- репортажи с мероприятий – текстовые, а лучше видео репортажи с акцентом на самых важных заявлениях, на самом ценном, что получили экспортеры, комментариями, почему это важно в контексте мер поддержки;
- сюжеты с ТВ про кейсы клиентов Центра или по экспортной тематике в целом;
- репосты новостей от РЭЦ – простые репосты, а лучше с комментариями, отражающими специфику региона, достижения местных экспортеров, региональную статистику;
- репосты новостей по экспортной тематике – простые репосты, а лучше с комментариями, отражающими специфику региона, достижения местных экспортеров, региональную статистику;
- сообщения о обновлениях профильных страниц на порталах Мой Бизнес, Мой Экспорт (Одно окно), других сайтов РЭЦ и т.д.;
- листинги – несложные и понятные большинству подписчиков, например, «самые экспортируемые товары региона», «самые востребованные меры поддержки», «самые частые ошибки экспортера» и т.д.;
- прямые видео-трансляции с выставок и дискуссионных мероприятий – наиболее выигрышно смотрятся динамичные экскурсии по застройке, мини-интервью с экспонентами, спикерами, слушателями; важно публиковать анонсы таких прямых эфиров, что заметно увеличивает просмотры;
- интервью – текстовые, а в идеале короткие видео интервью, которые представителю Центра дают клиенты, чиновники, эксперты, представители РЭЦ; интересно собирать вопросы для таких интервью с помощью подписчиков;
- разборы кейсов и НПА с подписчиками – обсуждение в комментариях к публикации кейсов и новелл регулирования в сфере ВЭД, дискуссия и ответы на вопросы подписчиков; по итогам в идеале написать суммирующий пост и перечислить тех собеседников, кто внес значимый вклад;

- опросы и голосовалки – можно начинать с простых вроде «на какие ближайшие выставки поедете», «какие рынки считаете более перспективными» и «какой тренинг понравился больше всего»;
- гостевые посты – посты от партнеров, экспертов, РЭЦ, других Центров и т.д.

2. Исключение ошибок:

- писать простым и понятным языком, использовать юридические и официальные формулировки только, когда юридически необходимо;
- оперативно и честно отвечать на вопросы и просьбы; если быстро ответить не можете, надо написать, что вопросы видели, уточните и вернетесь. Это касается и комментариев под постами, и личных сообщений;
- отвечать на содержательные комментарии как минимум лайком;
- публиковать материалы, которые удобно изучить и использовать даже со смартфона;
- публиковать активные ссылки, которыми удобно воспользоваться в один клик со смартфона;
- важно не ограничиваться публикациями и комментариями в собственных аккаунтах, группах и каналах, а участвовать в дискуссиях на чужих площадках, в идеале – приходиться и консультировать, помогать, давать ссылки на полезное, но не пытаться настойчиво продать услуги Центра;
- не стремитесь запускать вирусные видео-материалы; успешные вирусные материалы либо очень милые и трогательные, либо основанные на провокации и конфликте, которыми сложно управлять, чтобы не нанести вред репутации ЦПЭ и РЭЦ;
- прорабатывать с целевыми журналистами важные информационные поводы сразу заранее или сразу после рассылки, но не обзванивать по каждой рассылке, а только по важным.

3. Корректное управление аккаунтами и инструментами продвижения:

- избегать инструментов накручивания подписчиков. Соцсети отслеживают их применение и могут применять санкции. Кроме того, при существенном числе накрученных подписчиков возникает много пользователей, которые якобы видят ваши посты, но не реагируют на них, соответственно алгоритмы соцсетей считают ваши сообщения не интересными и стараются их не показывать;
- развивать и страницы Центра, и личные страницы ключевых сотрудников Центра с широкими личными связями. При этом базовой страницей публикации и приземления рекомендуется дать страницу Центра, а страницы сотрудников и руководителя использовать как ретрансляторы.