



**Тендерный документ по выбору рекламного
агентства для рекламы в интернете (digital)**

Андижан - 2024 год

Содержание

1. Общие сведения о тендере.....	2
2. Требования к участнику тендера.....	2
3. Техническая часть	3
4. Ценовая часть	5
5. Критерии оценки(Описание процедуры).....	5

1. Общие сведения о тендере

1.1	Организатор	АКБ «Намкорбанк»
1.2	Заказчик	АКБ «Намкорбанк»
1.2	Тип объявления	Выбрать лучшее предложение
1.3	Предмет покупки	Услуги по управлению рекламными кампаниями в Интернете
1.4	Язык тендера	Узбекский, Русский
1.5	Цена покупки	2 550 000 000 сум
1.6	Тип процесса покупки	В закрытом электронном виде
1.7	Срок приема заявки	10 банковских дней
1.9	Время рассмотрения заявок	5 банковских дней

Запрос предложений не является торгом, публичным конкурсом и публичной офертой и не обязывает Заказчика заключать договоры с Победителем Тендера. Заказчик вправе в любое время отказаться от заключения договора с победителем тендера (без разъяснений и возмещения причиненного ущерба).

2. Требования к участнику тендера

2.1 Для участия в конкурсе приглашаются юридические лица (далее - Участники) на следующих условиях:

- В конкурсе могут принимать участие отечественные и иностранные компании (исполнители), которым законодательством Республики Узбекистан не запрещено участвовать в осуществлении таких услуг на территории Республики Узбекистан, выполнившие условия участия в них и имеющие соответствующий опыт оказания услуг, приобретенные на тендерной основе;
- не находиться в процессе реорганизации, ликвидации или банкротства;
- не являться юридическим лицом, на имущество которого наложен арест по решению суда, административного органа и (или) экономическая деятельность, которого приостановлена;
- не находиться в реестре недобросовестных поставщиков;
- наличие материальной базы (офис, инструмент);
- обладать профессиональной компетентностью, финансовыми и трудовыми (кадровыми) ресурсами, оборудованием и другими материальными возможностями, надежностью, опытом и репутацией, необходимыми для оказания услуг.

3. Техническая часть

№	Услуги, подлежащие оказанию	Описание услуги
1	Google Ads / Yandex.Direct (контекст реклама) / Programmatic Banners (DV360) Блогеры Каналы и группы в соцсетях	1.1. Контекстная реклама. 1.2. Поиск рекламы, реклама в результатах поиска Яндекса или Google (публикуется для ключевых слов, запросов) 1.3. YAN (Yandex Advertising Network): - Тематический таргетинг; - Behavior targeting; - Ретаргетинг. 1.4. GDN (Google Display Network): - Таргетирование локаций; - Аудиторный таргетинг. 1.5. Display & Video 360. 1.6. Получение лидов
2	Реклама в социальных сетях (Meta (Facebook, Instagram), Telegram)	2.1. Повышение осведомленности о бренде; 2.2. Увеличение потока трафика на сайты (лендинг); 2.3. Получение лидов.

3.1. Описание терминов

"Медиаплан" - план Рекламной кампании, включающий в себя Ключевые слова по согласованным с Заказчиком тематикам, прогнозируемое количество переходов, прогнозируемая стоимость одного перехода, соотношение числа переходов по гиперссылкам на рекламируемые страницы сайтов к количеству Показов рекламных материалов (далее CTR), количество качественных лидов.

"Управление размещением" - мероприятия по подготовке рекламных кампаний, увеличению эффективности размещения рекламных кампаний, контроль статистики, внесение корректировок и предоставление отчетов о результатах рекламных кампаний. Подготовка рекламной кампании состоит из написания текстов объявлений, утверждения текстов объявлений с Заказчиком, запуска рекламных объявлений в Интернете.

"Качественный лид" - уникальные целевые обращения пользователей к Заказчику в результате Размещения Рекламы его Сайта, признак качественного или некачественного лида Заказчик определяет самостоятельно.

"Рекламная кампания" - размещение рекламы в Интернете.

"Рекламный бюджет" - общая сумма оплаты рекламной кампании за один отчетный период, внесенная Заказчиком.

"Стоимость привлечения качественного лида" - частное от деления объема рекламного бюджета в отчетном периоде на общее количество качественных лидов привлеченных с помощью рекламных кампаний в отчетном периоде.

"KPI" - процент выполнения по объему привлечения качественных лидов. Определяется как отношение фактических привлеченных качественных лидов к прогнозному объему привлечения качественных лидов согласно медиаплану.

**При составлении медиаплана или прочих соответствующих документов рекомендуется использовать выше приведенных терминов.*

3.2. Описание услуги

URL-адрес веб-сайта заказчика: www.hamkorbank.uz

В рамках договора необходимо осуществить в полном объеме работы по оказанию управленческих услуг по размещению рекламных кампаний в Интернете в соответствии с утвержденным Заказчиком медиа-планом.

На основе медиаплана формируется прогноз по объему привлечения качественных лидов и их стоимости.

На основании договора составляется KPI, в соответствии с которым устанавливается размер оплаты услуг Исполнителя за отчетный период.

3.3. Договор и его сроки

Срок подписания договора на оказание услуги:

После определения результатов отбора.

Дата окончания оказания услуги:

До полного расходования бюджета по договору.

4. Ценовая часть

1	Общая сумма	2 550 000 000 сум
2	Источник оплаты	Собственные средства банка
3	Условия оплаты	Согласно договору, в соответствии с заранее запланированным медиа-планом на каждый отчетный месяц выплачивается 100% постоплата в течение 10 (десяти) банковских рабочих дней, после предоставления Исполнителем акт о выполненных работ и счет-фактуры.
4	Валюта платежа	Узбекский сум
5	Срок оказания услуг	До полного расходования бюджета по договору
6	Адрес доставки	Республика Узбекистан, город Андижан, проспект Бабура, дом 85
7	Предложение участников действует	1 месяц

5. Критерии оценки (Описание процедуры)

Метод оценки предложения: Выбор наиболее низкоценного и качественного предложения.

Основные требования для оценки:

Финансовые критерии:

1. Ценовое предложение (Агентская комиссия).

Участники должны заполнить и отправить нижеследующий файл с предложениями (Приложение №1):



Приложение№1_а
гентская комиссия.

Квалификационные критерии:

1. Рекомендательные письма;
2. Количество сертифицированных сотрудников;
3. Банковский оборот за последние 8 месяцев (01.01.24-01.09.24);
4. Доступ к рекламному кабинету и техническая помощь.

Участники должны предоставить документы, которые приведены в приложении №2:



Приложение№2_K
валификационные