

ՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐ

ՀՀ դրամ

Ծառայություն			
Հրավերով նախատեսված չափաբաժնի համարը	Գնումների պլանով նախատեսված միջանցիկ ծածկագիրը՝ ըստ ԳՄԱ դասակարգման (CPV)	Ամբողջական անվանումը	Տեխնիկական բնութագիրը
1	79341130/4	գովազդային արշավի հետ կապված ծառայություններ	<p>Կատարողը պետք է մինչև 2021 թվականի Նոյեմբերի 29-ը Պատվիրատուի համար իրականացնի գինու սպառման մշակութային միտված սոցիալական գովազդների մշակման, պատրաստման և մինչև 2021 թվականի դեկտեմբերի 22-ը գովազդների առաջխաղացման աշխատանքները: Կատարողը պետք է տրամադրի հանրային արշավի, տեսահոլովակի և սոցիալական գովազդի հայեցակարգը մինչև սույն թվականի Նոյեմբերի 11-ը և Պատվիրատուի կողմից հաստատելու դեպքում իրականացնի սցենարական պլանի մշակում և դիզայն:</p> <p>Տեսահոլովակի սցենարի և գովազդի պլանը պետք է ներկայացվի Պատվիրատուին հաստատման համար մինչև սույն թվականի Նոյեմբերի 19-ը: Պատվիրատուին կկատարի դիտարկումներ և մեկնաբանություններ նախնական սցենարական պլանի ստացման օրվանից 3 աշխատանքային օրվա ընթացքում, որի հիման վրա առաջարկվող տեղեկատվությունը պետք է լրամշակվի: Կատարողի կողմից տեսահոլովակի և գովազդի նախնական վերջնական տարբերակները պետք է ներկայացվեն Պատվիրատուին մինչև ս.թ. Նոյեմբերի 29, իսկ հաստատումից հետո առաջխաղացումը պետք է իրականացվի ս.թ. դեկտեմբերի 1-ից մինչև 2021թ. դեկտեմբերի 22 ընկած ժամանակահատվածում: Տեսահոլովակի սցենարը և սոցիալական գովազդների դիզայնը և օգտագործվող հաղորդակցության տարրերը պետք է նախօրոք հաստատվեն Հայաստանի խաղողագործության և գինեգործության հիմնադրամի կողմից: Տեսահոլովակի և առցանց գովազդի առաջխաղացման արդյունքում պետք է ապահովվի մեկ միլիոն հասանելիություն (reach), իսկ արտաքին գովազդ պետք է տեղադրված լինի երևան քաղաքի նվազագույնը 10 (billboard 18ք.մ.) վահանակների վրա: Կատարողը պետք է իրականացնի ստորև նշված աշխատանքները. Գինու սպառման մշակութային խթանող հանրային արշավի մշակում, գովազդային տարրերի արտադրություն և առաջխաղացում: Մասնավորապես 1. Մշակի մարքեթինգային արշավ, որի նպատակն է խթանել գինու գրագետ սպառումը շուկայի թիրախային սեգմենտների շրջանում: 2. Մշակի սցենար և նկարահանի տեսահոլովակ հայկական գինու հանրայնացման թեմայով: 3. Մշակի արտաքին և թվային գովազդի տարրեր հայկական գինու հանրայնացման թեմայով, որը ասոցիատիվ կապված կլինի տեսահոլովակի հետ: 4. Առաջխաղացնի տեսահոլովակը և գովազդները սոցիալական ցանցերում և թվային հարթակներում, ու արտաքին գովազդը նվազագույնը մեկ ամսվա ընթացքում: Մարքեթինգային արշավի նպատակն է կրթել հանրությանը գինու պատասխանատու սպառման վերաբերյալ: Հանրային արշավի նպատակն է խթանել գինու մշակութային հայ սպառողների շրջանում, մասնավորապես հասցեագրելու հետևյալ խնդիրները. - Արական սեռի ներկայացուցիչները ավելի քիչ են օգտագործում գինի. այն ավելի շատ ընկալվում է որպես կանացի խմիչք: - Մարզերում գինու մշակութային թույլ է զարգացած, մեծ քաղաքներից դուրս գինու սպառումը գիշերում է զարեջրին և օդում: - Ավագ սերունդը նախընտրում է օդի, երիտասարդները՝ զարեջուր: - Առօրյաում գինու ցածր կիրառություն որպես սեղանի խմիչք: Հիմնականում գինին ընկալվում է որպես սոցիալական շփման և առիթների ժամանակ օգտագործվող խմիչք: - Գինու «գունավոր խմիչք» հետ կապված անհիմն մտավախություն: - Գինու մասին ցածր հանրային տեղեկացվածություն: Օրինակ, գինին չի համարում զովացուցիչ խմիչք, ինչպես օրինակ զարեջուրն է: Հայաստանում գինու սպառման առանձնահատկությունների մասին քանակական և որակական հետազոտության արդյունքները Պատվիրատուին կտրամադրի Կատարողին մինչև հանրային արշավի թիրախային հայեցակարգ մշակելու նպատակով: Պայմանագրի շրջանակներում իրականացվող բոլոր աշխատանքները, վերլուծությունները, հետազոտությունները, մշակված դիզայնների բոլոր տարբերակները, տեսահոլովակները, գովազդի և հաղորդակցության բոլոր տարրերը և դրանց առնչվող փաստաթղթերն ու հաշվետվությունները, ինչպես նաև աշխատանքների իրականացման ընթացքում հավաքագրված այլ տեղեկատվություն հանդիսանում է Պատվիրատուի սեփականությունը և ենթակա չէ որևէ ձևով փոխանցման երրորդ կողմին առանց Պատվիրատուի համաձայնության: ԱՇԽԱՏԱՆՔԱՅԻՆ ՌԵՍՈՒՐՍ • Կատարողը ընկերության անձնակազմում ընդգրկված պետք է լինեն աշխատակից կամ</p>

			<p>աշխատակիցներ, որոնք ունեն ստեղծագործական ոլորտում նվազագույնը 7 տարվա փորձ մասնավոր, հանրային և միջազգային կազմակերպությունների հետ (ներկայացնել CV):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Փորձը պետք է ներառի նվազագույնը երեք միջազգային արշավների մշակման աշխատանքներ (ներկայացնել հղումներ): • Կատարողը պետք է ունենա նվազագույնը երկու սոցիալական արշավ մշակելու, հաղորդակցության տարրեր արտադրելու և առաջխաղացնելու փորձ, իսկ սոցիալական արշավներից յուրաքանչյուրը պետք է ունենա նվազագույնը 1 միլիոն տեսանելիություն սոցիալական ցանցերում և YouTube-ում (ներկայացնել հղում): • Կատարողի տնօրենը պետք է ունենա նվազագույնը երեք միջազգային գովազդի կամ մարքեթինգի կամ հաղորդակցության թեմաներով փառատոներում ժյուրիի անդամ լինելու փորձ (ներկայացնել փորձը ապացուցող փաստաթուղթ): • Կատարողը պետք է ունենա Հայաստանի տարբեր տեսարժան վայրերի վիդեոների սեփական բազա՝ 4k և անօդաչու թռչող սարքերով նկարված կադրերից բաղկացած (ներկայացնել բովանդակության առկայությունն ապացուցող օրինակներ): <p>Բոլոր փաստաթղթերը, որոնք հավաստում են վերոնշյալը, պետք է ներկայացվեն մրցույթի բացման նիստի օրվա հաջորդող երեք աշխատանքային օրվա ընթացքում: * Ծառայությունների մատուցման վերջնաժամկետը չի կարող ավել լինել, քան 2021 թ. դեկտեմբերի 22-ը:</p>
--	--	--	---

ՊԱՏԿԻՐԱՏՈՒ

ԿԱՏԱՐՈՂ

/ստորագրություն/
Կ.Տ

/ստորագրություն/
Կ.Տ