

Утверждаю

_____ Тарасюк С.В.
Директор Местного фонда
развития сельских территорий
«___» _____ 2021 года

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
на оказание услуг по организации и проведению обучающего блока
тренингов по теме «Территориальный маркетинг» по ключевым
направлениям Маркетинговой стратегии
экорегиона «Долина реки «Ясельда», состоящего из 4 обучающих тренингов
в Ивановском и Дрогичинском районах Брестской области

1. **Основание для оказания услуг:** договор от «30» октября 2019 года между Березовским райисполкомом и Международным фондом развития сельских территорий по реализации проекта «Ландшафтно-ориентированное развитие сельских территорий долины реки Ясельда при участии местного населения» (далее Проект), NEAR-TS /2017/ 391-409, зарегистрированный в базе данных программ и проектов международного сотрудничества Министерства экономики Республики Беларусь 7 октября 2019 года, № 2/19/001015.
2. **Цель проекта:** укрепление потенциала местных органов власти по управлению устойчивым развитием региона реки Ясельда - территории важной для птиц в рамках Рамсарских угодий. Для достижения поставленной цели планируется укрепить потенциал местных органов власти для устойчивого, основанного на общественном участии в управлении, развития экорегиона «Долина реки Ясельда», являющегося Рамсарскими угодьями.
С информацией о проекте можно ознакомиться по приведенной ссылке:
https://www.lfrd.by/sites/default/files/brief_presentation_final.pdf
3. **Цель и задачи оказания услуг:** проведение четырех тематических тренингов по территориальному маркетингу по ключевым направлениям Маркетинговой стратегии экорегиона. для четырех целевых групп, представляющих местное сообщество Дрогичинского, Ивановского и Березовского, районов в разрезе бизнеса, власти и общественности.
4. **Время оказания услуг:** тренинги проводятся последовательно в период с 6 декабря 2021 по 30 января 2022 года. Установление точной даты проведения тренингов или ее перенос согласуется с заказчиком.
5. **Продолжительность тренинга:** каждый из четырех тренингов проводится в течении двух дней (8 часов с учетом 2-х расширенных кофе-пауз);
6. **Форма оказания услуг:** проведение обучающих тренингов будет осуществляться в очном формате.
7. **Количество участников тренинга:** не менее 15 участников-представителей целевых групп;
8. **Тематика тренингов и целевые аудитории:**
Тематические поля тренингов могут быть представлены контентом,

представленным ниже и изменены/расширены в соответствии с потребностями целевой аудитории или по предложению исполнителя.

9. Ключевые направления маркетинговой стратегии экорегиона «Долина реки «Ясельда»:

- Выращивание ягод,
- Агротуризм, организация событий,
- Пчеловодство,
- Скотоводство, козоводство, овцеводство,
- Рыболовство,
- Цветоводство, декоративные растения,
- Овощеводство,
- Экопродукция из местных ресурсов.

10. Темы тренингов:

Тренинг 1. Территориальный маркетинг для развития региона

Цель: дать общее понятие территориального маркетинга и его инструментов, обсудить и выработать основные направления применения территориального маркетинга для развития экорегиона «Долина реки Ясельда».

Целевая группа: Победители Конкурсов местных инициатив Проекта, центры местного развития, представители бизнес-сообщества проектных территорий Мотольского, Бездежского, Хомского, Опольского сельских Советов, а также представители отделов и учреждений идеологии и молодежи, спорта и туризма, природоохранных учреждений и инспекций, организации сельского хозяйства, культуры и образования Ивановского и Дрогичинского райисполкомов, а также по желанию Березовского района, другие заинтересованные, представляющие местное сообщество проектной территории.

Примерные вопросы тренинга:

1. Что такое территориальный маркетинг?
2. Кем и для чего используется территориальный маркетинг?
3. Конкурентные преимущества и точки роста. Что такое позиционирование и как оно реализуется в территориальном маркетинге? Примеры из практики.
4. Маркетинговая стратегия территории.
5. В какой последовательности формируется маркетинговая стратегия территории?
6. С помощью каких инструментов формируется территориальный маркетинг и как осуществляется продвижение территории?
7. Что такое бренд территории, чем он отличается от логотипа?
8. Особенности «зеленого бренда территории» и его взаимосвязь с экопредпринимательством. Успешные практики.
9. Как осуществляется внедрение и управление территориальным маркетингом и брендингом? Как организуется взаимодействие заинтересованных?
10. Как участниками могут быть практически использованы знания, полученные на тренинге?

Автор перед началом знакомиться с оценкой потенциала территории и проектом маркетинговой стратегии экорегиона «Долина реки «Ясельда»

Круглый стол: «Основные преимущества территории и основные направления маркетинговой стратегии экорегиона «Долина реки «Ясельда».

Собирается анкета обратной связи о качестве проводимого тренинга.

Тренинг 2. Создание регионального продукта

Цель: дать понятие регионального продукта, осветить его разновидности и способы его формирования, а также показать взаимосвязь и взаимодействия между продуктами. Обсудить основные региональные продукты экорегиона «Долина реки Ясельда» и их взаимодействие.

Целевая группа: Победители Конкурсов местных инициатив Проекта, центры местного развития, представители бизнес-сообщества проектных территорий Мотольского, Бездежского, Хомского, Опольского сельских Советов, а также проектные сельсоветы Березовского района, представители отделов и учреждений идеологии и молодежи, спорта и туризма, природоохранных учреждений и инспекций, организации сельского хозяйства, культуры и образования Ивановского и Дрогичинского райисполкомов, а также по желанию Березовского района, другие заинтересованные, представляющие местное сообщество проектной территории.

Примерные вопросы тренинга:

1. Что такое региональный продукт и каково его назначение?
 - Понятие регионального продукта;
 - Участники создания регионального продукта;
 - Управление региональным продуктом и из чего оно складывается.
2. Комфорт проживания жителей (примеры из практики, рассмотрение на не менее 3 кейсах):
 - Инфраструктура региона;
 - Образование, развлечения, события;
 - Основные проблемы развития сельских территорий;
3. Производство продуктов и услуг, экспорт (примеры из практики, рассмотрение на не менее 3 кейсах):
 - Отраслевые направления;
 - Условия для бизнеса;
 - Подрядчики, кооперация, кластеры;
 - Продажа, логистика, упаковка;
4. Привлечение инвестиций (примеры из практики, рассмотрение на не менее 3 кейсах)
 - Внутренние и внешние инвестиции;
 - Условия, рейтинги;
 - Привлечение инвестиций;
5. Продукты и услуги для туристов (примеры из практики, рассмотрение на не менее 5 кейсах):
 - Агроусадьбы, стандарты;
 - Памятники, маршруты;
 - События, фестивали, развлечения;
 - Продвижение;
6. Как участниками могут быть практически использованы знания, полученные на тренинге?

Автор перед началом знакомиться с оценкой потенциала территории и проектом маркетинговой стратегии экорегиона «Долина реки «Ясельда»

Проводится опрос участников тренинга по восприятию своего экорегиона. «Что является региональными продуктами экорегиона «Долина реки «Ясельда» и какие из них приоритетные?»

Круглый стол «Что является региональными продуктами экорегиона «Долина реки Ясельда» и как необходимо взаимодействовать по их развитию?»

Собирается анкета обратной связи о качестве проводимого тренинга.

Тренинг 3. Продвижение территории и региональных продуктов

Цель: сформировать понимание экономики впечатлений и инструментов продвижения территории и региональных продуктов. Создать программы их продвижения.

Целевая группа: Победители Конкурсов местных инициатив Проекта, центры местного развития, представители бизнес-сообщества проектных территорий Мотольского, Бездежского, Хомского, Опольского сельских Советов, а также проектные сельсоветы Березовского района, представители отделов и учреждений идеологии и молодежи, спорта и туризма, природоохранных учреждений и инспекций, организации сельского хозяйства, культуры и образования Ивановского и Дрогичинского райисполкомов, а также по желанию Березовского района, другие заинтересованные, представляющие местное сообщество проектной территории.

Примерные вопросы тренинга:

1. Экономика впечатлений - лучшие практики:
 - Изменение ценностей людей и современные тенденции в маркетинге;
 - Как реализуется маркетинг впечатлений?
 - Примеры маркетинга впечатлений;
2. Организация событий (примеры из практики, рассмотрение на не менее 5 кейсах):
 - Виды (фестивали, форумы, пресс-туры, фам-трипы, презентации, выставки, ворк-шопы и т.д.);
 - Последовательность проведения мероприятий. Что надо учесть при организации?
 - Управление рисками и как с ними справляться?
 - Организационная работа и бюджет;
3. Офлайн инструменты:
 - Что такое офлайн и онлайн инструменты продвижения;
 - Пост материалы (ручки, блокноты, сувениры, ...);
 - Наружная реклама (бил-борды, ролл-аппы, и т.д.);
 - Телевидение, радио, пресса;
 - Нестандартные виды (на транспорте, квесты и т.д.);
 - Акции (промоакции, розыгрыши, и т.д.);
 - Как составить медиаплан?

Практическое задание «Создаем программу продвижения своего продукта в офлайн»

4. Интернет-продвижение:
 - Функция и роль интернет-продвижения экорегиона.
 - Целевая аудитория по интернет инструментам и особенности восприятия интернет-аудитории.
 - Создание и использование сайтов. SEO.
 - Использование социальных сетей. СММ технологии.
 - Особенности контекстной рекламы.
 - Площадки акселераторы, сайты партнеров.
5. Как участниками могут быть практически использованы знания, полученные на тренинге?

Практическое задание «Создаем программу продвижения своего продукта в интернет»

Собирается анкета обратной связи о качестве проводимого тренинга.

Тренинг 4. Создание бренда экорегиона и взаимодействие по его развитию

Цель: научить технологии создания регионального бренда и взаимосвязи участников рынка по

его развитию.

Целевая группа: Победители Конкурсов местных инициатив Проекта, центры местного развития, представители бизнес-сообщества проектных территорий Мотольского, Бездежского, Хомского, Опольского сельских Советов, а также проектные сельсоветы Березовского района, представители отделов и учреждений идеологии и молодежи, спорта и туризма, природоохранных учреждений и инспекций, организации сельского хозяйства, культуры и образования Ивановского и Дрогичинского райисполкомов, а также по желанию Березовского района, другие заинтересованные, представляющие местное сообщество проектной территории.

Примерные вопросы тренинга:

1. Что такое бренд экорегиона и как он связан экопредпринимательством.
2. Как создается бренд региона?
3. Кто заказчики, участники и потребители брендинга экорегиона.
4. Брендинг экорегиона: позиционирование, слоган, визуальные образы и цветовые решения, основные конкурентные преимущества
5. Примеры и подходы создания региональных брендов экологических регионов.
6. Суббренды экорегиона и их взаимосвязь. Создание суббрендов территории по направлениям экономического развития территории (ягоды, пчеловодство, туризм, козоводство и другие);
7. Конкуренты экорегиона «Долина реки «Ясельда».
8. Каналы и инструменты продвижения, креативные идеи.
9. Планирование, организация, управление, оценка эффективности, риски, коррекция реализации бренда экорегиона.
10. Взаимодействие между участниками региона и партнерами: способы и форматы организации по развитию бренда экорегиона.

Проводится опрос участников тренинга по восприятию своего экорегиона. «Какие объекты (места, продукты, люди, легенды, символы, цвета и т.п.) могли бы послужить основой бренда «Долина реки «Ясельда»?»

Круглый стол: «Бренд экорегиона «Долина реки «Ясельда» какой он?» (Позиционирование, символ, слоган, цветовые решения бренда).

Собирается анкета обратной связи о качестве проводимого тренинга..

11. Обязательные требования к проведению тренинга:

- максимальная фокусировка блока и тематики тренингов на потребности целевой группы и их практическая интерпретация;
- использование тренером максимально визуального контакта;
- предоставление и согласование с ним временного графика проведения тренингов;
- подготовка и предоставление участникам тренингов максимально визуализированного разбираемого материала;
- разработка и предоставление программы тренинга;
- разработка и согласование материалов для участников тренинга совместно со специалистом по маркетингу и другими членами команды Проекта
- разработка для заполнения участниками анкеты обратной связи, которая максимально проста в заполнении (использовать закрытые ответы на вопросы).

12. Условия организации и проведения тренинга:

- способ оплаты: безналичный, 100% фиксированное вознаграждение после выполнения всей деятельности по техническому заданию или отдельному тренингу по факту подписания акта оказанных услуг;

- к участию в конкурсе на оказание услуг по организации и проведению тренинга приглашаются ИП или юридические лица;
- оплата услуг Исполнителя по организации и проведению тренинга будет осуществляться по договору оказания услуг и включает в себя: (1) организацию питания, размножение презентационного и раздаточного материала и закупку канцелярских товаров;
- (2) оплату труда тренера, его расходы на проезд к месту проведения мероприятий и обратно, все затраты связанные с подготовкой мероприятий, оплату проживания, а также все необходимые налоги и сборы.

13. Отчетность: по факту оказанных услуг Исполнитель представляет Заказчику:

- информационный отчет об оказанных услугах;
- перечень идей разработанных или упомянутых на тренинге;
- перечень ключевых ошибок, проблемных вопросов участников во время тренинга и ответы на них;
- программу мероприятия;
- презентационный/раздаточный материал, используемый во время проведения тренинга;
- фотографии о мероприятии;
- список участников тренингов с подписями присутствующих;
- анкеты участников по оценке проведения тренинга;
- не менее двух новостных информационных сообщений о тренингах для размещения на сайте Местного фонда развития сельских территорий <https://www.lfrd.by/ru>

Просим коммерческое предложение по организации и проведению тренингов присылать Наталье Ефременко, специалисту по развитию сельских территорий (тел. +375 29 6446954, e-mail: natalia.efremenko21@gmail.com; nata_efremenko@yahoo.com) или Анатолию Акантинову, специалисту по маркетингу (тел. +375 29 617-75-20, e-mail: akantinov@center-ms.com) Местного фонда развития сельских территорий. **не позднее 30 ноября 2021 года.**

Поддержку выполнения задания в г. Береза будет осуществляться командой проекта в Березе – Руководитель Проекта Ополько Алена (тел. +375 33 3268364, e-mail: proekt.yaselda@gmail.com).

В коммерческом предложении необходимо указать:

- предварительную программу тренинга, оформленную в произвольной форме, с указанием тематики теоретических и практических блоков, примерным временем их изучения (следует предусмотреть возможность изменения программы по согласованию с Фондом);
- стоимость услуги (без НДС, проект международной технической помощи);
- предполагаемые даты выполнения работ.

Отбор коммерческого предложения будет завершён **3 декабря 2021 года**, о чем заявитель лучшего коммерческого предложения будет проинформирован не позднее **6 декабря 2021 года**. Просим принять во внимание, что организаторы свяжутся только с кандидатами, которые будут отобраны для собеседования.

партнерстве с Местным фондом развития сельских территорий, ГПУ «Республиканский биологический заказник «Споровский» и местным экологическим фондом «Заказники Брестской области».