

ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ

щодо закупівлі послуг з просування інформаційної кампанії в межах Проєкту «Професійна перекваліфікація в галузях логістики та транспорту для відновлення прифронтових регіонів»

1. Предмет закупівлі

Залучення комунікаційної агенції для реалізації медійної складової проєкту «Професійна перекваліфікація в галузях логістики та транспорту для відновлення прифронтових регіонів» відповідно до розробленої комунікаційної стратегії.

Послуги включають розробку медіастратегії та календарного плану заходів, формування бази регіональних медіа, налаштування й ведення таргетованої реклами у Facebook та Instagram, а також публікацію оголошень у місцевих Telegram-каналах.

Подальшу співпрацю з регіональними медіа та поширення інформації про проєкт координуватиме комунікаційна менеджерка. Виконавець відповідає за підготовку медіастратегії, бази контактів і реалізацію погоджених рекламних розміщень.

2. Терміни та визначення

Таблиця 1

Інформаційна кампанія	Комплекс комунікаційних заходів, спрямованих на інформування цільової аудиторії про проєкт, його мету, зміст та соціальну значущість через різні канали комунікації (онлайн і офлайн).
Медіастратегія	Документ, розроблений Виконавцем на основі комунікаційної стратегії проєкту, що визначає підходи до залучення регіональних та національних медіа (онлайн-медіа, друковані видання, радіо, телеканали), перелік релевантних інформаційних майданчиків у регіонах реалізації проєкту, послідовність медійних заходів, ключові повідомлення для цільових аудиторій та напрямів навчання, показники ефективності та порядок їх вимірювання, календарний план медійних заходів із зазначенням строків, каналів, форматів матеріалів, відповідальних сторін і очікуваних результатів, а також базу регіональних медіа.
Залученість	Взаємодія користувачів із рекламним контентом.
Конверсія	Цільова дія користувача після взаємодії з рекламою.
Охоплення	Кількість унікальних користувачів, які побачили рекламу.
Реклама	Інформація про проєкт, освітні можливості, умови участі, а також про Замовника як організатора проєкту, яка розповсюджується Виконавцем за дорученням Замовника у визначеній формі та спосіб з метою поширення інформації про проєкт. Така інформація має на меті сформувати або підтримати у прямий чи непрямий спосіб обізнаність та інтерес цільової аудиторії щодо можливостей участі в проєкті та спонукати до подання заявки (анкети) на участь.
Рекламна кампанія	Комплекс рекламних активностей у цифровому середовищі, спрямованих на досягнення визначеної комунікаційної мети.
Рекламний кабінет Meta	Інструмент управління рекламними кампаніями у платформах Facebook та Instagram.
Рекламні матеріали (контент)	Будь-які текстові, графічні, фото-, відео-, аудіоматеріали, логотипи, торговельні марки, знаки для товарів і послуг, слогани, макети, банери, посилання, рекламні повідомлення, інформаційні матеріали та інші об'єкти інтелектуальної власності або інформація, розроблені Виконавцем у межах надання Послуг та/або надані Замовником Виконавцю для використання чи адаптації, що використовуються під час створення, розміщення, поширення чи проведення

	рекламної кампанії.
Сегментація цільової аудиторії	Поділ аудиторії на групи за демографічними, поведінковими та іншими ознаками для більш точного показу реклами.
Таргетована реклама в Meta	Інструмент цифрового маркетингу, що забезпечує показ рекламних повідомлень визначеним сегментам цільової аудиторії на основі заданих критеріїв (інтереси, поведінка, демографія тощо).
CPC (Cost Per Click)	Вартість одного кліку.
CPM (Cost Per Mille)	Вартість тисячі показів.
CTR (Click-Through Rate)	Показник клікабельності реклами.
Meta	Рекламна платформа (Meta Ads), яка дозволяє запускати таргетовану рекламу в екосистемі Facebook та Instagram на основі даних про аудиторію (інтереси, поведінка, демографія, взаємодія з контентом).
Якісна заявка	заявка потенційного учасника або учасниці проєкту, яка містить повну та достовірну інформацію, необхідну для проведення оцінювання, та відповідає критеріям відбору, визначеним Методологією відбору учасників і учасниць проєкту. До якісних заявок належать заявки кандидатів і кандидаток, які за результатами первинної перевірки відповідають установленим обов'язковим критеріям відбору та можуть бути допущені до наступних етапів оцінювання або відбору відповідно до Методології.

3. Мета та географія кампанії

Мета кампанії – поінформувати потенційних учасниць та учасників про можливість професійного навчання і залучити не менше 25 якісних заявок для навчання за категорією «D», не менше 50 якісних заявок для навчання за категорією «C» та не менше 80 якісних заявок для навчання за категорією «CE».

Кампанія охоплюватиме Харківську, Дніпропетровську, Одеську та Запорізьку області за такими напрямками:

Напрямок навчання	Міста навчання	Географія просування	Цільова аудиторія
Водійка та водій вантажівки категорії «C»	Харків, Дніпро, Одеса	Харківська, Дніпропетровська та Одеська області	Жінки та чоловіки, які зацікавлені в опануванні відповідної професії, готові до обов'язкового працевлаштування після навчання в одному із зазначених регіонів та відповідають критеріям: – Громадянство України – Проживають у Харківській, Дніпропетровській чи Одеській областях. Перелік пріоритетних громад буде наданий обраному підряднику – Вік від 18 років – Наявність повної загальної середньої освіти – Можливість навчатися онлайн та офлайн в обраному регіоні – Наявність посвідчення водія та водійський досвід
Водійка та водій вантажівки категорії «CE»	Харків, Дніпро, Одеса	Харківська, Дніпропетровська та Одеська області	Жінки та чоловіки, які зацікавлені в опануванні відповідної професії, готові до обов'язкового працевлаштування після навчання в одному із зазначених регіонів та відповідають критеріям: – Громадянство України

			– Проживають у Харківській, Дніпропетровській чи Одеській областях. Перелік пріоритетних громад буде наданий обраному підряднику – Вік від 18 років – Наявність повної загальної середньої освіти – Можливість навчатися онлайн та офлайн в обраному регіоні – Наявність водійського посвідчення категорії «С» – Наявність водійського досвіду за категоріями «В» або «С»
Водійка та водій автобуса категорії «D»	Запоріжжя	Запорізька область	Жінки та чоловіки, які зацікавлені в опануванні відповідної професії, готові до обов'язкового працевлаштування після навчання в Запоріжжі та відповідають критеріям: – Громадянство України – Проживають у Запорізькій області. Перелік пріоритетних громад буде наданий обраному підряднику – Вік від 21 року – Наявність повної загальної середньої освіти – Наявність водійського посвідчення категорії «В»/«С»/«С1»/«D1» – Наявність водійського досвіду щонайменше 3 роки за однією з категорій вище – Можливість навчатися онлайн та офлайн в обраному регіоні

Тривалість рекламної кампанії з 10 листопада по 30 листопада 2026 року.

Показник кількості анкет є прогнозним. Виконавець надає обґрунтування та погоджує план досягнення із Замовником до запуску.

4. Розробка медіастратегії проєкту

Виконавець має розробити медіастратегію на основі наявної комунікаційної стратегії проєкту. Медіастратегія має визначати підходи до залучення регіональних медіа, релевантні інформаційні майданчики та послідовність медійних заходів та містити опис заходів на період проєкту, календарний план медійних заходів та базу регіональних медіа як її невід'ємні складові.

Медіастратегія має охоплювати онлайн-медіа, друковані видання, радіо та телеканали, релевантні цільовим аудиторіям і регіонам реалізації проєкту. Пріоритет надається безоплатній взаємодії з медіа. Платні розміщення можуть пропонуватися за умови обґрунтування їхньої доцільності та попереднього погодження із Замовником.

Надання послуг з розробки медіастратегії проєкту включає виконання наступних завдань:

- аналіз комунікаційної стратегії, цілей проєкту та цільових аудиторій;
- визначення релевантних медіа й інформаційних майданчиків у чотирьох регіонах;
- розробку підходів до співпраці з регіональними медіа, зокрема пропозицій щодо тем, форматів і способів поширення інформації;
- визначення ключових повідомлень для різних напрямів навчання та аудиторій;
- підготовку переліку медійних заходів на період проєкту, визначений Замовником;
- розробку календарного плану із зазначенням строків, каналів, тем, форматів матеріалів, відповідальних сторін та очікуваних результатів;
- визначення показників ефективності та порядку їх вимірювання;
- формування бази регіональних медіа для подальшої роботи комунікаційної менеджерки;

- перевірку запропонованих медіа щодо наявності зв'язків із росією, зокрема через власність, контроль або фінансування, та включення до «чорних списків» медіа. Медіа з такими зв'язками або включені до зазначених переліків не допускаються до співпраці в межах проєкту.
- розробку медіастратегії на основі результатів виконання вищеперелічених завдань;
- подання розробленої медіастратегії проєкту на погодження Замовнику та донору;
- за необхідності доопрацювання медіастратегії проєкту з урахуванням обґрунтованих зауважень Замовника та донора в межах цього Технічного завдання та його повторне подання на погодження.

База медіа має містити назву та посилання на майданчик, регіон охоплення, тематику, характеристику аудиторії, доступні показники переглядів або охоплення, актуальні редакційні контакти, можливі формати й відомі умови співпраці.

Кількість медіа за кожним регіоном не менше 15.

Вимоги до результату: розроблена медіастратегія проєкту відповідно до вимог Замовника, що включає опис заходів на період проєкту, календарний план і базу регіональних медіа. Медіастратегія вважається завершеною після врахування зауважень та отримання погодження від Замовника й донора. Документи передаються у форматі Google Документів із доступом для редагування, а фінальна погоджена версія також у форматі PDF.

Строк надання послуг: 30 жовтня 2026 року.

5. Послуги з посилення інформаційної кампанії через таргетовану рекламу

Виконавець має підготувати й реалізувати рекламну кампанію у Facebook та Instagram для залучення кандидаток і кандидатів на навчання за категоріями «С», «СЕ» та «D» у визначених регіонах.

Надання послуг з посилення інформаційної кампанії через таргетовану рекламу включає виконання наступних завдань:

- підготовка 6 базових рекламних текстів та 6 візуалів (по 2 варіанти для кожного з 3 напрямів навчання: категорії «С», «СЕ» та «D») оптимальних для запуску інформаційної кампанії у мережі Facebook/Meta (Facebook, Instagram);
- запуск інформаційної кампанії в мережі Facebook/Meta (Facebook, Instagram), включаючи налаштування рекламного кабінету, таргетингу та сегментацію цільової аудиторії;
- підготовка оголошень для запуску в рекламному кабінеті, включаючи налаштування текстів і їх параметрів, проведення А/В-тестування для визначення найбільш ефективних варіантів;
- моніторинг та оптимізація рекламних кампаній, включаючи контроль ключових показників ефективності (CTR, CPC, CPM тощо), коригування бюджету, ставок і параметрів таргетингу;
- надання коротких проміжних звітів на вимогу Замовника з аналізом ефективності рекламних кампаній, у тому числі розрахунок охоплення, залученості та конверсій, а також надання рекомендацій щодо підвищення результативності;
- забезпечення та оплата розміщення рекламних оголошень у Facebook та Instagram у межах бюджету 70 000 грн, включно з 20% ПДВ Meta. Винагорода агенції до цього бюджету не входить. Вона має бути не вище 10% та покривати роботу таргетолога, підготовку текстів та візуальних матеріалів;
- підготовка та надання Замовнику фінального звіту за результатами всіх проведених рекламних кампаній, включаючи таблицю з ключовими показниками та опис оптимізаційних дій у форматі PDF;
- надання квитанцій з рекламного кабінету із фіксованими сумами витрат на запуск рекламного оголошення в межах погодженого бюджету на запит Замовника.

Вимоги до рекламних матеріалів (контенту)

Рекламні тексти готуються у короткій та розширеній версіях. Вони мають містити ключове повідомлення, напрям і місто навчання, основні умови участі, строк подання заявки та заклик заповнити анкету.

Візуали готуються у форматах:

- допис – 1080×1350 рх, співвідношення 4:5;
- історії – 1080×1920 рх, співвідношення 9:16.

Матеріали мають відповідати візуальному стилю проєкту, коректно відображатися на мобільних пристроях і містити погоджені логотипи та згадки партнерів і донора.

Шрифти, зображення та інші графічні елементи, використані у візуалах, не мають порушувати авторських прав. Виконавець забезпечує наявність необхідних дозволів або ліцензій для їх використання, зокрема у платній рекламі, та подальшого використання матеріалів Замовником у межах проєкту. На запит Замовника Виконавець надає підтвердження відповідних прав.

Тексти й візуали погоджуються із Замовником і донором до запуску. Взаємодію з донором координує Замовник. Аудиторії, географія та основні параметри реклами також погоджуються із Замовником.

За потреби кількість матеріалів, адаптацій і варіантів для тестування може бути збільшена на запит Замовника. Додатковий обсяг і строки підготовки погоджуються між Замовником та Виконавцем. Замовник також може надавати власні матеріали для реклами, а Виконавець забезпечує їх адаптацію та використання в рекламній кампанії.

Механізм перегляду та оптимізації рекламної кампанії

По завершенні першої третини терміну реалізації рекламної кампанії з моменту її запуску Виконавець проводить за запитом від Замовника проміжний аналіз її результатів окремо за кожним напрямом навчання – категоріями «С», «СЕ» та «D».

Проміжний аналіз має включати:

- фактично витрачений рекламний бюджет та його розподіл між напрямками;
- охоплення, покази, CTR, CPC, CPM та інші основні показники рекламної кампанії;
- кількість переходів на форму подання заявки;
- кількість отриманих заявок за кожним напрямом та регіоном;
- орієнтовну вартість залучення однієї заявки;
- результати А/В-тестування рекламних матеріалів, аудиторій та інших параметрів кампанії;
- визначення рекламних оголошень, аудиторій та регіонів із найвищою та найнижчою результативністю.

Замовник зі свого боку проводить аналіз отриманих заявок та визначає кількість якісних заявок.

За результатами аналізу Виконавець протягом 1 робочого дня надає Замовнику короткий проміжний звіт та пропозиції щодо подальшої оптимізації кампанії.

У разі, якщо темп залучення заявок є недостатнім для досягнення встановлених показників, значна частина отриманих заявок не відповідає критеріям відбору або окремі рекламні оголошення,

аудиторії чи регіони демонструють низьку результативність, Замовник та Виконавець переглядають параметри рекламної кампанії.

За результатами такого перегляду можуть бути погоджені:

- перерозподіл рекламного бюджету між категоріями «С», «СЕ» та «D», регіонами, аудиторіями або рекламними оголошеннями;
- збільшення бюджету на напрями, аудиторії та рекламні матеріали, які демонструють кращу результативність;
- призупинення або скорочення фінансування неефективних рекламних оголошень;
- уточнення або зміна параметрів таргетингу та сегментів цільової аудиторії;
- зміна географії показу реклами у межах визначених Замовником регіонів;
- коригування рекламних текстів, візуалів, закликів до дії та інших елементів рекламних матеріалів;
- запуск додаткових варіантів рекламних матеріалів для тестування;
- використання додаткових матеріалів, наданих Замовником;
- інші оптимізаційні дії, спрямовані на збільшення кількості якісних заявок.

Рішення про суттєву зміну розподілу рекламного бюджету, цільових аудиторій, географії або рекламних матеріалів попередньо погоджується із Замовником. У разі необхідності погодження оновлених матеріалів із донором таку взаємодію забезпечує Замовник.

Оптимізація кампанії здійснюється в межах загального погодженого рекламного бюджету, якщо сторони окремо не погодили його збільшення.

Після внесення змін Виконавець продовжує моніторинг результатів та за потреби здійснює подальшу оптимізацію кампанії до завершення строку її проведення.

Вимоги до результату: замовнику передається фінальний звіт у форматі PDF, який містить усі результати надання послуг із підсилення інформаційної кампанії через таргетовану рекламу, включаючи інформацію про налаштування та проведення рекламних кампаній, досягнуті показники ефективності, результати А/В-тестування, охоплення, залученість, конверсії, кількість отриманих заявок, проведені оптимізаційні дії та рекомендації. До звіту обов'язково додаються квитанції та інші підтверджуючі документи з рекламного кабінету Meta, що підтверджують фактичні витрати рекламного бюджету та належне виконання завдань із підсилення інформаційної кампанії через таргетовану рекламу.

Послуга вважається наданою належним чином за умови:

- налаштування реклами на осіб з-поміж цільової аудиторії, визначеної Замовником;
- забезпечення залучення не менше 25 якісних заявок для навчання за категорією «D», не менше 50 якісних заявок для навчання за категорією «С» та не менше 80 якісних заявок для навчання за категорією «СЕ»;
- надання фінального звіту та всіх необхідних підтверджуючих документів.

Строк надання послуг: підготовка текстів та візуалів до 30 жовтня 2026 року. Запуск та тривалість реклами з 10 листопада по 30 листопада 2026 року з можливістю продовження строку в разі необхідності додаткового набору. Строк надання підсумкового звіту до 07 грудня 2026 року або в інші строки, погоджені із Замовником.

6. Публікація оголошень у місцевих Telegram-каналах

Виконавець має організувати публікацію оголошень про набір на навчання у релевантних Telegram-каналах Харкова, Дніпра, Одеси та Запоріжжя, а також відповідних областей.

Надання послуг зі здійснення публікацій оголошень у місцевих Telegram-каналах включає виконання наступних завдань:

- визначення релевантних Telegram-каналів у регіонах кампанії;
- аналіз їхньої тематики, географії, аудиторії, середніх переглядів дописів і відповідності цілям кампанії;
- підготовку переліку каналів із посиланнями, показниками переглядів, вартістю та умовами розміщення;
- погодження із Замовником каналів, вартості й графіка розміщення;
- пропозицію щодо кількості публікацій, розподілу бюджету за регіонами й прогнозованих переглядів;
- попереднє погодження всіх текстів, візуалів та остаточних версій дописів із Замовником і донором;
- комунікацію з адміністраторами каналів щодо умов публікацій;
- оплату та розміщення погоджених матеріалів;
- перевірку опублікованих матеріалів і коректності посилань на анкети;
- підготовку підсумкового звіту з підтвердженнями розміщення, статистикою та фактичними витратами.

Погодження та розміщення

Остаточний перелік каналів і кількість публікацій погоджуються із Замовником до розміщення. Час публікації, умови закріплення, мінімальний строк збереження допису та надання статистики погоджуються до оплати.

Усі тексти, візуали та остаточні версії дописів мають бути погоджені із Замовником і донором до публікації. Взаємодію з донором координує Замовник. Зміни до погоджених матеріалів потребують повторного погодження.

Звітність

За результатами розміщення публікацій Виконавець надає Підсумковий звіт у форматі PDF, який повинен містити наступну інформацію:

- перелік Telegram-каналів, в яких здійснено розміщення матеріалів про відбір до проекту із зазначенням регіонів;
- посилання на публікації та знімки екрана розміщених інформаційних матеріалів у кожному з Telegram-каналів;
- дати розміщення й виконання погоджених умов публікації;
- відомості про кількість переглядів кожного допису із зазначенням дати фіксації;
- знімки екрана щодо розміщених інформаційних матеріалів з результатами щодо кількості переглядів кожного допису, отримані орієнтовно через 24 години з моменту їх розміщення;
- підтвердження вартості кожного розміщення та загальних витрат, понесених у зв'язку з розміщенням публікацій;
- підтвердні документи щодо понесених витрат на розміщення матеріалів про відбір до проекту у Telegram-каналах;
- порівняння планових і фактичних показників, висновки та рекомендації.

Знімки екрана мають містити інформацію, що дозволяє ідентифікувати відповідний телеграм-канал, розміщений інформаційний матеріал та дату його публікації.

Перегляди у Telegram подаються окремо від охоплення Meta.

Вимоги до результату:

Замовнику передається Підсумковий звіт у PDF-форматі, що містить інформацію, передбачену розділом «Звітність» цього пункту Технічного завдання.

Послуга вважається наданою належним чином за умови:

- розміщення (публікації) оголошень у погоджених із Замовником Telegram-каналах відповідно до погодженого плану (графіку) розміщення;
- надання всіх передбачених звітних та підтверджуючих документів.

Бюджет на розміщення: 27 500 грн, що включає вартість надання послуг з організації розміщень публікацій (комісію агенції).

Строк надання послуг:

- підготовка інформації про релевантні Telegram-канали до 30 жовтня 2026 року;
- публікація матеріалів у Telegram-каналах у період з 10 листопада по 30 листопада 2026 року з можливістю додаткових публікацій в межах бюджету в разі необхідності продовження набору;
- строк надання підсумкового звіту до 07 грудня 2026 року або в інші строки, погоджені із Замовником.