

ТЕХНІЧНЕ ЗАВДАННЯ

на розробку та проведення інформаційної кампанії щодо підвищення обізнаності жінок про збереження репродуктивного здоров'я, доступу до безоплатних комплексних медичних послуг з репродуктивного здоров'я

ПРО БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД

Благодійна організація «Благодійний фонд «Здоров'я жінки і планування сім'ї» (далі – «Замовник») є провідною недержавною професійною організацією, яка у співпраці з державними партнерами та громадськими організаціями працює для підтримки громадського, сексуального та репродуктивного здоров'я в Україні шляхом надання технічної підтримки відповідних програм, що впроваджуються по всій території України.

ПЕРЕДУМОВИ

Війна загострює гендерну нерівність. Жінки та дівчата досить часто стикаються з підвищеним ризиком сексуального насильства, небажаної вагітності, нараження на інфекції, що передаються статевим шляхом (включно з ВІЛ), ускладнень вагітності та пологів. Окрім того, йдеться і про військові злочини, включно з використанням сексуального насильства як зброї, і про зростання кількості випадків домашнього насильства. Допомога цим вразливим групам населення сьогодні має бути пріоритетом, у тому числі, допомога у питаннях сексуального та репродуктивного здоров'я.

В межах проєкту «Життєво важлива, гендерно чутлива та інклюзивна допомога у сфері СРЗ та ГОН для постраждалих від конфлікту людей усіх статей в Україні та Польщі», який реалізовує БФ «Здоров'я жінки і планування сім'ї» спільно з міжнародною гуманітарною організацією CARE за підтримки Федерального міністерства закордонних справ Німеччини, завданням є посилення спроможності ЗОЗ і медпрацівників надавати послуги постраждалим від війни в Україні людям, насамперед унаслідок гендерно зумовленого насильства та забезпечення доступними і ефективними медпослугами у сфері сексуального і репродуктивного здоров'я жінок і дівчат у Дніпропетровській та Запорізькій областях.

ПРО КАМПАНІЮ

Кампанія є комунікаційною складовою реалізації проєкту та направлена на:

- підвищення обізнаності жінок, чоловіків та підлітків щодо питань сексуального та репродуктивного здоров'я, та необхідності дбати про своє здоров'я;
- інформування жінок про доступ до безпечних та якісних медичних послуг з репродуктивного здоров'я, у тому числі до послуг у випадку гендерно зумовленого насильства, у пілотних медичних закладах проєкту в Дніпропетровській та Запорізькій областях через промоції «гарячої» лінії та чат-боту.

ЦІЛІ КАМПАНІЇ

1. Підвищити обізнаність жінок про особливості збереження репродуктивного здоров'я, а також щодо доступу до безоплатних комплексних медичних послуг з репродуктивного здоров'я для жінок, зокрема з числа ВПО, зокрема щодо доступу до безпечної та якісної медичної допомоги для постраждалих від гендерно зумовленого та сексуального насильства, у тому числі через військову агресію РФ в Україні.
2. Промоція «гарячої» лінії та чат-боту, які є основними інструментами у кампанії та покликані водночас і підвищувати обізнаність жінок щодо сексуального та репродуктивного здоров'я, і перенаправляти до лікарень, які надають медичні послуги у межах проєкту.

ГЕОГРАФІЯ

Проєкт впроваджується у Дніпропетровській та Запорізькій області у співпраці з партнерами, які працюють у сфері сексуального і репродуктивного здоров'я у перелічених нижче медичних закладах:

- м.Запоріжжя, Запорізька область, КНП «Запорізька обласна клінічна дитяча лікарня» Запорізької обласної ради
- м. Запоріжжя, Запорізька область, КНП «Міська лікарня екстреної та швидкої медичної допомоги» Запорізької міської ради
- м. Павлоград, Дніпропетровська область, КП «Павлоградська міська лікарня №1» Павлоградської міської ради
- м. Жовті Води, Дніпропетровська область, КНП «Жовтоводська міська лікарня» Жовтоводської міської ради»
- м. Нікополь, Дніпропетровська область, КНП «Нікопольська міська лікарня № 4» Нікопольської міської ради
- м. Кам'янське, Дніпропетровська область, КНП «Міська лікарня №9» Кам'янської міської ради

- м. Новомосковськ, Дніпропетровська область, КНП «Новомосковська центральна міська лікарня» Новомосковської міської ради

АКТИВНОСТІ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Перелік активностей вказаних нижче є запропонованим до впровадження та не є вичерпним. Перелік активностей, обраний до впровадження, технічні характеристики та тривалість розміщення можуть бути зміненими відповідно до запропонованого підходу та загального бюджету кампанії. У разі, якщо виконавець може запропонувати додаткові канали комунікації, які будуть ефективно працювати з ЦА проєкту, необхідно надати цінову пропозицію цих каналів також.

Обов'язкові візуальні елементи, брендбук, логотипи та дисклеймери будуть надані замовником. Посилання на чат-бот може бути надане на вимогу виконавця для ознайомлення з текстовим і ілюстративним наповненням платформи.

1. **Промоція чат-боту щодо СРЗ.** Розміщення постерів з промоцією «гарячої» лінії та чат-боту у вагонах електричок Придніпровської ЗД. Кількість вагонів 200, пасажиропотік понад 1.5 млн/міс, по 1 постеру А3 на 1 вагон. Тривалість розміщення: 1-2 місяці.
2. **Промоція «гарячої» лінії щодо СРЗ.** Розробка дизайну, друк (за потреби) та розміщення зовнішньої реклами «гарячої» лінії та чат-боту у Дніпропетровській і Запорізькій областях. Формати зовнішньої реклами та тривалість розміщення можуть бути запропоновані виконавцем. Попередньо заплановане розміщення по 10 бігбордів і сітілайтів (друкованих або діджитальних) у кожній області впродовж 2-3 місяців. Підготовка звіту щодо розміщення та медіаметрики.
3. **Промоція «гарячої» лінії щодо СРЗ.** Комерційне розміщення постерів з промоцією «гарячої» лінії та чат-боту у аптеках Дніпра і Запоріжжя. Кількість площин: 20-50. Тривалість розміщення: 1-2 місяці.
4. **Промоція «гарячої» лінії щодо СРЗ.** Комерційне розміщення радіоголошень з промоцією номеру «гарячої» лінії та чат-боту на радіостанціях, які працюють у Дніпропетровській та Запорізькій області. Частота оголошень: принаймні 5 разів на день. Тривалість розміщення: 1-2 тижні.
5. **Промоція «гарячої» лінії щодо СРЗ.** Розробка дизайну, друк та доставка друкованих інформаційних матеріалів для жінок та дівчат із промоцією номеру «гарячої» лінії та чат-боту і послуг, які можна отримати там.

Формати: картки/візитки (5000шт). Наповнення для інформаційних матеріалів буде надано замовником.

6. **Промоція «гарячої» лінії щодо СРЗ.** Розробка простого анімованого ролика для промоції «гарячої» лінії і чат-бота. Тривалість відеоролика: до 15 секунд. Підготовка сценарію і концепту ролика, монтаж. Передача готових відеофайлів та візуальних елементів.
7. **Промоція «гарячої» лінії щодо СРЗ.** Налаштування інформаційного супроводу анімаційного відеоролика для промотування «гарячої» лінії і чат-бота у facebook та youtube. Очікуване охоплення — від 100 000. Допустимим є обговорення і коригування індикаторів ефективності під час погодження концепту інформаційної кампанії та представлення тактики досягнення поставлених цілей.
8. **Комунікація і медіа.** Організація комерційного розміщення прес-релізу та розсилка його на регіональні медіа, які працюють у Дніпропетровській та Запорізькій областях. Додатково розглядається створення спецматеріалу/спецпроекту у регіональних медіа (інтерв'ю з консультантками «гарячої» лінії тощо).
9. **Розробка дизайну друкованих інформаційних матеріалів** щодо сексуального та репродуктивного здоров'я і відповідних послуг.
 - a. **Друк і доставка інформаційних матеріалів для надавачів послуг:** посібник А5 30-45 сторінок (160 шт/заклад, 1280 шт сумарно).
 - b. **Друк і доставка інформаційних матеріалів для дівчат і жінок щодо СРЗ:** ліфлети (500 шт/заклад, 3500 шт сумарно), постери в клік-рамці (12 шт/заклад, 96 шт сумарно), візитки (500 шт/заклад, 3500 шт сумарно) тощо. Наповнення для інформаційних матеріалів буде надано замовником.

ПОПЕРЕДНІЙ ТАЙМІНГ

Таймінг може змінюватися залежно від потреб виконавця та замовника. Вказаний нижче таймінг є орієнтовним та вибудувався відповідно до планів реалізації активностей. Фінальний таймінг буде погоджено разом з концептом інформаційної кампанії.

1. Вересень 2024 (не більше 2 тижнів) — розробка концепції кампанії, включно з:

- ключовими повідомленнями та пропонованим підходом до форматів матеріалів;

- пропозиціями щодо стилю повідомлень та каналів комунікацій;
- планом налаштування таргетованої реклами, розміщення зовнішньої реклами та прогнозовані показники охоплення цільової аудиторії;
- індикаторами моніторингу та оцінки ефективності кампанії.

2. Вересень 2024 (не більше 2 тижнів) — розробка дизайну постерів, бігбордів та сітілайтів або інших форматів зовнішньої реклами, підготовка до розміщення.

3. Вересень-жовтень 2024 — розробка дизайну інформаційних матеріалів відповідно до наданого замовником наповнення, розробка простого анімованого ролика. Брендбук та пакет візуальних елементів, включно з логотипами буде наданий замовником.

4. Жовтень-середина грудня 2024 — реалізація кампанії: розміщення зовнішньої реклами відповідно до погодженого плану активностей, розміщення реклами в аптеках та електричках, розміщення радіооголошень, налаштування інструментів просування у соціальних мережах Facebook та YouTube, супровід таргетованої кампанії.

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

Основна ЦА: Жінки загалом, а також жінки з вразливих категорій населення (жінки з інвалідністю, ВПО, постраждалі від гендерно зумовленого насильства, у тому числі через військову агресію рф в Україні).

Додаткова ЦА:

- Підлітки обох статей, які досягли пубертатного віку та розпочинають статеве життя.
- Чоловіки, які потребують додаткової мотивації для піклування про власне сексуальне та репродуктивне здоров'я.