

TECHNINĖ SPECIFIKACIJA**VŠĮ „INVESTUOK LIETUVOJE“ UŽSAKOMŲJŲ BEI PALAIKOMŲJŲ SKAITMENINĖS RINKODAROS KAMPANIJŲ ORGANIZAVIMO PASLAUGOS**

Pirkėjas - VŠĮ „Investuok Lietuvoje“ (toliau – Perkančioji organizacija arba IL arba PO), kurios pagrindinis tikslas yra skatinti bei pritraukti tiesiogines užsienio investicijas į Lietuvą (www.investlithuania.com) bei vienas iš tikslų per Work in Lithuania programą (toliau – WIL) pritraukti aukštos kvalifikacijos talentus persikelti gyventi ir dirbti į Lietuvą (www.workinlithuania.lt).

1. Pirkimo objektas - skaitmeninės rinkodaros paslaugos skirtos kampanijų organizavimui ir įgyvendinimui, bei su šių kampanijų įgyvendinimu ir analitika susijusios papildomos paslaugos (toliau bendrai – Paslaugos).

1.1. Skaitmeninės rinkodaros kampanijos – tai specifinius tikslus (pvz. įvaizdis, konversija, paspaudimai ir pan.) turinčios, iš anksto numatytą biudžetą ir komponentus (pvz. vizualinė medžiaga, tekstai) turinčios kampanijos.

1.2. Palaikomosios skaitmeninės rinkodaros kampanijos – tai paslaugos, apimančios nuolatinės priežiūros reikalaujančių skaitmeninės rinkodaros kampanijų priežiūrą ("always-on", pakartotinės rinkodaros (remarketing) kampanijos "Google Ads Search"), paieškos sistemų rinkodaros (SEM) paslaugas, bei konsultacijas dėl rinkos ar konkurentų tyrimų, sistemų, reklamos kanalų, naujų funkcionalumų ar kitais klausimais.

1.3. Su kampanijų įgyvendinimu ir analitika susijusios paslaugos – gali apimti GA4, GTM ir kitų lygiaverčių bei analogiškų platformų sekimų diegimą, kitų reklamos kanalų ir / arba socialinių tinklų sekimo (angl. pixel) bei konversijų diegimą, automatizuotų ataskaitų ruošimą ir kita, media kanalų, media vartojimų, rinkų analitiką, SEO konsultacijas.

2. Skaitmeninės rinkodaros kampanijų ir Palaikomųjų skaitmeninės rinkodaros kampanijų organizavimo paslaugų apimtis

2.1. Skaitmeninės rinkodaros veiksmų planavimas, įskaitant, bet neapsiribojant skaitmeninės rinkodaros kanalų atranka pagal kampanijų tikslus, žinutes, auditorijos tinkamumą ir kitus kampanijai aktualius kriterijus.

2.2. Media planų paruošimas įtraukiant pagrindines reklamos bei Perkančiosios Organizacijos nurodytus rodiklius, apskaičiuotus pagal Perkančiosios Organizacijos kampanijų istorinius duomenis bei gerąsias rinkos praktikas.

2.3. Techninių reikalavimų tekstinei ir vizualinei kampanijų medžiagai paruošimas.

2.4. Kampanijų priežiūra ir optimizavimas media plane nusimatytų rodiklių atitikimui ir kampanijos kokybinių ir kiekybinių rodiklių gerinimui.

2.5. Tarpinių ataskaitų* teikimas ne rečiau kaip 1 kartą per mėnesį ilgalaikėms Palaikomosios skaitmeninės rinkodaros kampanijoms ir pagal iš anksto susitartą dažnį kito pobūdžio ir laikotarpio Skaitmeninės rinkodaros kampanijoms.

2.6. Galutinių ataskaitų* teikimas pasibaigus kampanijoms.

**Ataskaitos – suagreguota kampanijų statistikos suvestinė, į kurią gali įeiti – platformose išleisto biudžeto statistika; nusimatytų kampanijos tikslų (angl. KPI) progresas; reklamos rodiklių statistika (pvz. CPM, CTR, CPC ir kita); svetainės lankomumo statistika (pvz. lankytojų skaičius, vidutinis svetainėje praleidžiamas laikas, konversijų skaičius ir kita) ir kiti kampanijos kontekste aktualūs ir/arba Perkančiosios Organizacijos nurodyti duomenys. Taip pat ataskaitoje turi būti pateiktos tiekėjo rekomendacijos, komentarai ir siūlomi sekantys žingsniai, bei optimizacijos galimybės. Tikslūs reikalavimai ataskaitoms su Tiekėju bus suderinti užsakant kampanijas. Kampanijų ataskaitų duomenys sukeliami ir pateikiami šalių sutartu formatu.*

3. Skaitmeninės rinkodaros ir Palaikomosios skaitmeninės rinkodaros kampanijų parengimo ir administravimo paslaugos, įtraukiant, bet neapsiribojant šiomis reklamos platformomis ar sprendimais:

- 3.1. Google Search arba lygiavertė reklama pasirinktų auditorijų atstovams „Google“ paieškos sistemoje pagal raktinius žodžius (PO prašymu Paslaugų teikėjas pateikia rekomenduojamus raktažodžius numatyti tikslinei auditorijai pasiekti arba iš anksto pateikia raktažodžių sąrašą);
- 3.2. Google Display, Discovery, Demand Gen, Performance Max (arba lygiavertėse platformose) reklama - reklama rodoma pasirinktoms auditorijoms svetainėse, kurios bendradarbiauja su „Google“
- 3.3. Youtube reklama;
- 3.4. Gmail Sponsored Promotions;
- 3.5. Facebook ir Instagram reklamos sprendimai;
- 3.6. LinkedIn arba lygiavertės reklamos sprendimai;
- 3.7. X (buvęs Twitter) reklamos sprendimai;
- 3.8. Reddit reklamos sprendimai;
- 3.9. Spotify reklamos sprendimai;
- 3.10. Real-time-bidding (RTB) reklama kitose reklamos platformose (Criteo, Adform, DV360);
- 3.11. Remarketingo (pakartotinės reklamos) sprendimai pasirinktose reklamos platformose (Google, Facebook, LinkedIn, Reddit, X;
- 3.12. Socialinių tinklų turinio reklamos administravimas (Facebook, LinkedIn, Reddit, X ir kt.).

4. Su kampanijų įgyvendinimu ir analitika susijusios paslaugos

- 4.1. Kampanijų priežiūra pagrindinių nusimatyto kampanijų metrikų, auditorijos ir biudžeto atitikimui.
- 4.2. Reikalingų pokyčių identifikavimas ir įgyvendinimas pagrindinių nusimatyto kampanijų metrikų, auditorijos ir biudžeto atitikimui, bendram kampanijos rezultatų gerinimui.
- 4.3. Įgyvendintų kampanijų rezultatų vertinimas, išvados ir rekomendacijos ateities kampanijoms.
- 4.4. Kampanijų analitika vykdoma atsižvelgiant į reklamos platformų duomenis (pvz Facebooks Ads, LinkedIn Ads ir pan), svetainės lankomumo duomenis (GA4), Perkančiosios Organizacijos pateiktus vidinius duomenis.
- 4.5. Kampanijų analitikai gali būti pasitelkiami papildomi įrankiai ar techniniai sprendimai, padedantys automatizuoti duomenų gavimo ir analizės procesus.

5. Bendrieji reikalavimai paslaugų užsakymui ir vykdymui:

- 5.1. Paslaugos vykdomos pagal PO užsakymą.
- 5.2. Užsakant paslaugas PO Paslaugų teikėjui pateikia techninę užduotį (Sutartyje nurodytam Paslaugų teikėjo už sutarties vykdymą paskirtam asmeniui el. paštu), Paslaugų teikėjas nedelsiant, bet ne vėliau kaip per 1 darbo dieną patvirtina užduoties gavimą.
- 5.3. PO kreipiantis dėl Skaitmeninės rinkodaros kampanijų ir Palaikomųjų skaitmeninės rinkodaros kampanijų vykdymo, Paslaugų teikėjas ne vėliau kaip per 4 darbo dienas, nuo techninės užduoties išsiuntimo (Sutartyje nurodytam Paslaugų teikėjo už sutarties vykdymą paskirtam asmeniui el. paštu), pateikia efektyviausią kampanijos vykdymo pasiūlymą. Pasiūlymą sudaro media plano failas su kampanijai naudoti siūlomais kanalais, planuojamos bei prognozuojamos reklamos metrikos (CTR, CPM, CPC ir kiti), siūlomos auditorijos ir jos nustatymo (*targeting*) variantai joms pasiekti, kampanijos vykdymo grafikas, bendras kampanijos biudžetas ir biudžetas kiekvienam kanalui atskirai.
- 5.4. PO įvertina pateiktą kampanijos vykdymo pasiūlymą, jei reikia, pateikia pastabas, papildymus korekcijoms. Paslaugų teikėjas, atsižvelgdamas į pateiktas pastabas / pasiūlymus, patikslintą kampanijos vykdymo pasiūlymą pateikia ne vėliau kaip per 2 darbo dienas, nuo pastabų pateikimo dienos.
- 5.5. PO patvirtinus galutinį suderintą Kampanijos vykdymo pasiūlymą, pradedamas kampanijos vykdymas.

5.6. Teikdamas Kampanijų vykdymo pasiūlymus, Paslaugų teikėjas turi atsižvelgti į Perkančiosios organizacijos nurodytas tikslines grupes (nurodytas techninėje užduotyje) ir siekti kuo mažesniais kaštais pasiekti numatytus tikslus.

5.7. Paslaugų teikėjas užduotį atlieka tik suderinus užduoties atlikimo terminus, grafiką ir sąmatą su Perkančiąja organizacija ir gavus patvirtinimą raštu (el. paštu).

5.8. Prieigas prie Paslaugų suteikimui (kampanijų vykdymui) reikalingų platformų (*Google, Facebook, LinkedIn, Reddit ir kt.*) suteiks PO.

5.9. Paslaugos atliktos Paslaugų teikėjo iniciatyva, nesuderinus su Perkančiąja organizacija, nelaikoma sutarties objektu ir nebus apmokamos.

5.10. Paslaugų tiekėjui viršijus iš anksto numatytą ir raštu (el. paštu) suderintą kampanijos biudžetą, viršytas numatyto biudžeto skirtumas nebus kompensuojamas ir padengiamas Paslaugų tiekėjo lėšomis.

5.11. Paslaugos turi būti teikiamos tiesiogiai Paslaugų teikėjo.

6. APLINKOS APSAUGOS REIKALAVIMAI (ŽALIEJI KRITERIJAI)

6.1. Sutarties pagrindu teikiant Paslaugas mažinti popieriaus sunaudojimą, atsisakyti nebūtino dokumentų kopijavimo ir spausdinimo, rengiama techninė dokumentacija, ataskaitos ir (ar) kiti su Sutarties vykdymu susiję dokumentai (įskaitant mokėjimo dokumentus), turi būti pateikti tik elektroniniu formatu, o techninės dokumentacijos galutinės versijos ir (ar) kita dokumentacija, kuri turi būti pasirašoma, pasirašoma elektroniniu parašu. Išimtiniais atvejais su Sutarties vykdymu susiję dokumentai gali būti pateikiami fiziniu dokumentų formatu, jeigu toks formatas privalomas pagal teisės aktus ir (ar) Pirkėjas nurodo tokį būtinumą. Esant būtinybei spausdinti, naudojamas perdirbtas popierius, kuris atitinka reikalavimus, patvirtintus aktualios redakcijos Lietuvos Respublikos aplinkos ministro 2011 m. birželio 28 d. įsakymu Nr. D1-508 „Dėl Produktų, kurių viešiesiems pirkimams ir pirkimams taikytini aplinkos apsaugos kriterijai, sąrašo, Aplinkos apsaugos kriterijų ir Aplinkos apsaugos kriterijų, kuriuos perkančiosios organizacijos ir perkantieji subjektai turi taikyti pirkdami prekes, paslaugas ar darbus, taikymo tvarkos aprašo patvirtinimo“.