**Техническое задание для тендера по закупке SMM-услуг**

**1. Общие положения**

**1.1. Наименование услуги**

Оказание услуг по управлению социальными сетями (SMM) для розничного магазина.

**1.2. Заказчик**

ОсОО “Armico KG”

**1.3. Деятельность заказчика**

Компания ArmiCo KG стремится предоставлять высококачественные продукты питания. ArmiCo KG занимается импортом, экспортом, розничной и оптовой торговлей, продуктов питания. Мы гордимся своим богатым ассортиментом, который отвечает самым высоким стандартам качества и разнообразию вкусов. Наш УТП это уникальность магазина, не имеющих аналогов, товарный ассортимент, который представлен только у нас. Наша компания работает с проверенными поставщиками, что позволяет предлагать нашим клиентам только лучшие продукты.

В рамках данного технического задания планируется предоставление SMM услуг для продуктового магазина продуктов питания произведенных в Республике Армения и Кыргызской Республике.

При этом запуск магазина планируется произвести в первой декаде августа 2025 года.

**1.4. Цель оказания услуг**

Вхождение на рынок, привлечение клиентов, повышение узнаваемости бренда, создание лояльности аудитории, стимулирование продаж и повышение вовлеченности в социальных сетях.

**2. Предмет тендера**

Оказание полного комплекса SMM-услуг, включающего, но не ограничивающегося:

* Разработка и реализация SMM-стратегии.
* Контент-менеджмент и создание контента.
* Ведение и модерация социальных сетей.
* Таргетированная реклама.
* Аналитика и отчетность.

**3. Требования к исполнителю**

**3.1. Опыт и репутация**

* Наличие успешного опыта реализации SMM-проектов для розничных компаний или компаний в сфере B2C не менее 3 лет.
* Наличие портфолио с релевантными кейсами, подтверждающими компетенции Исполнителя.
* Готовность предоставить рекомендации от предыдущих клиентов.

**3.2. Команда**

* Наличие в штате квалифицированных специалистов: SMM-менеджер, контент-менеджер/копирайтер, дизайнер, специалист по таргетированной рекламе.
* Наличие закрепленного аккаунт-менеджера для оперативной связи с Заказчиком.

**3.3. Технические возможности**

* Наличие необходимых программных продуктов и инструментов для мониторинга, аналитики, управления рекламой и отложенного постинга.

**4. Требования к услугам и функционал**

**4.1. Разработка и реализация SMM-стратегии**

* Разработка комплексной SMM-стратегии, включающей:
	+ Определение целевой аудитории.
	+ Разработка tone of voice и стиля коммуникации.
	+ Определение ключевых показателей эффективности (KPI).
	+ Разработка контент-плана на 3 месяца.
	+ Стратегия взаимодействия с подписчиками и работы с негативом.
	+ Стратегия продвижения и рекламных кампаний.

**4.2. Контент-менеджмент и создание контента**

* Разработка ежемесячного контент-плана в соответствии с SMM-стратегией и календарём событий магазина.
* Создание разнообразного контента:
	+ **Тексты:** продающие, информационные, вовлекающие посты.
	+ **Визуал:** создание уникальных креативов (фото, видео, инфографика, сторис) в фирменном стиле Заказчика. При необходимости организация фото- и видеосъемок товаров и интерьера магазина.
	+ **Другие форматы:** привлечение блогеров, проведение опросов, конкурсов, викторин, прямых эфиров.
* Публикация контента согласно контент-плану. (не менее 25 постов и 25 сторисов в месяц)

**4.3. Ведение и модерация социальных сетей**

* Ежедневное ведение и наполнение выбранных социальных сетей.
* Оперативное реагирование на комментарии, сообщения, отзывы пользователей (в течение 1-2 часов в рабочее время).
* Работа с негативом и возражениями, формирование позитивного имиджа.
* Проведение конкурсов, акций, опросов и других активностей для вовлечения аудитории.

**4.4. Таргетированная реклама**

* Разработка и реализация стратегии таргетированной рекламы.
* Создание и тестирование рекламных креативов и объявлений.
* Настройка и оптимизация рекламных кампаний для достижения поставленных KPI (например, лиды, трафик на сайт, охват, вовлеченность).
* Распределение рекламного бюджета, предоставленного Заказчиком.
* Ежедневный мониторинг и корректировка рекламных кампаний.

**4.5. Аналитика и отчетность**

* Еженедельное предоставление подробных отчетов по следующим показателям:
	+ Динамика роста подписчиков.
	+ Охват и показы контента.
	+ Уровень вовлеченности (лайки, комментарии, репосты, сохранения).
	+ Результаты таргетированной рекламы (CTR, CPC, CPL, ROI).
	+ Анализ аудитории.
	+ Основные выводы и рекомендации на следующий период.

**5. Порядок взаимодействия**

* Еженедельные/двухнедельные (по согласованию) онлайн-встречи для обсуждения текущих задач и результатов с руководством Заказчика.
* Оперативная связь через мессенджеры/электронную почту с Заказчиком и его представителем.
* Активное взаимодействие с представителем закачика.
* Предоставление всех шаблонов заказчику.
* Предоставление всех материалов (контент-планы, креативы) на утверждение Заказчику заранее (не менее чем за 3 рабочих дня до публикации).

**6. Требования к коммерческому предложению**

Коммерческое предложение должно содержать:

* Краткое описание компании Исполнителя, опыт работы и команда.
* Портфолио с релевантными кейсами (2-3 лучших).
* Предлагаемый комплекс услуг и разбивка по этапам.
* Краткое описание услуг и видение по ведению социальных страниц (методология).
* Предлагаемая стоимость услуг (фиксированная ежемесячная оплата) с детализацией, если возможно.
* Предполагаемые KPI и метрики успешности.
* Ориентировочный бюджет на таргетированную рекламу
* Срок подготовки и начала работ после заключения договора.
* Условия оплаты.

**7. Критерии оценки предложений**

* Соответствие опыта Исполнителя требованиям ТЗ.
* Наличие релевантных кейсов и рекомендаций.
* Предложенная SMM-стратегия (глубина проработки, креативность, реалистичность).
* Предложенная стоимость услуг и соотношение цена/качество.
* Понимание специфики розничного бизнеса и целевой аудитории.
* Качество представленного коммерческого предложения (структура, ясность, полнота).