

Prilog B - ToR

PROJEKTNI ZADATAK – usluge pružanja integriranih PR i marketinških usluga

Projekat „Economic Empowerment of Persons With Disabilities“ (Posao po meri: Ekonomsko osnaživanje osoba sa invaliditetom)

O Fondaciji Ana i Vlade Divac:

Fondacija “Ana i Vlade Divac” je osnovana u Srbiji 2007. godine. Vizija Fondacije “Ana i Vlade Divac” je Srbija kao društvo u kome građani preuzimaju odgovornost i shvataju moć zajedništva u rešavanju ličnih i društvenih problema na socijalnom, ekonomskom, obrazovnom i duhovnom planu.

Misija Fondacije “Ana i Vlade Divac” je da doprinese razvoju ravnopravnijeg, tolerantnijeg i solidarnijeg društva u Srbiji. Fondacija teži da podstakne solidarnost i duh zajedništva u društvu kroz razvoj filantropije.

Forum mladih sa invaliditetom i Fondacija Ana i Vlade Divac sa zajedno sa partnerima Karitas Srbije, Smart Kolektiv i Centar za samostalni život osoba sa invaliditetom Srbije rade na podsticanju ekonomskog osnaživanja osoba sa invaliditetom u Srbiji na ravnopravnoj osnovi sa ostalima, uključujući i jednak pristup zapošljavanju koje se slobodno bira na tržištu rada

O projektu

Projekat za ekonomsko osnaživanje osoba sa invaliditetom podržava Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID), a sprovodi Forum mladih sa invaliditetom. Drugi partneri projekta su Fondacija Ana i Vlade Divac, Karitas Srbije, Smart Kolektiv i Centar za samostalni život osoba sa invaliditetom Srbije.

Glavne aktivnosti projekta su:

- Unapređenje zapošljivosti osoba sa invaliditetom putem psihosocijalne podrške, karijernog vođenja, radne prakse i obuka za tržište rada,
- Podsticanje preduzetništva među osobama sa invaliditetom tako da imaju pristup kapitalu, tržištima, tehničkoj pomoći i mrežama na ravnopravnoj osnovi sa drugima i
- Promovisanje podsticajnog okruženja koje odgovara inkluzivnom ekonomskom razvoju za osobe sa invaliditetom: saradnja sa poslodavcima, unapređenje nacionalnih i lokalnih politika i podrška šire javnosti.

Projekat je nacionalni, sa posebnim fokusom na 6 lokalnih samouprava u Srbiji: Beograd, Subotica, Novi Sad, Zrenjanin, Valjevo i Niš.

PR kampanja treba da podrži realizaciju sva tri cilja projekta.

Predstavnik/ca odabranog ponuđača biće prisustvovaće sastancima projektne grupe za promotivne aktivnosti jednom u dva meseca, u Beogradu ili onlajn.

Ciljne grupe:

Primarne i sekundarne ciljne grupe:

Primarne ciljne grupe:

- Osobe sa invaliditetom u Srbiji
- Kompanije i start-up/preduzetnici/mikro biznisi
- Lokalne samouprave
- Nacionalna vlada, ministarstva
- Narodna skupština
- Nacionalna služba za zapošljavanje
- Poverenik za zaštitu ravnopravnosti
- Zavod za unapređenje obrazovanja
- Nacionalni i lokalni mediji
- Organizacije civilnog društva koje rade sa osobama sa invaliditetom
- Udruženja poslodavaca
- Građani Srbije kroz kampanje podizanja svesti javnosti i aktivnosti predloženog projekta (društvene mreže, on-line, TV/radio, štampa)
- Međunarodne organizacije i partneri.

Sekundarna publika uključuje donatore, volontere, korisnike svih programa primarne ciljne grupe i druge zainteresovane strane.

Trajanje kampanje: januar – decembar 2023. (sa mogućnošću produžetka do jula 2026. u ciklusima od 6 meseci u zavisnosti od rezultata)

Opseg: Nacionalni – teritorija Republike Srbije

Specifikacija zadatka za prezentaciju ponuđača koji treba dostaviti uz ponudu

Osmisliti kampanju usmerena ka korporativnom sektoru (poslodavcima) u cilju stimulisanja zapošljavanja osoba sa invaliditetom putem onlajn portala www.zaposljavanje.fmi.rs. Sve kompanije dobijaju uslugu savetovanja za zapošljavanje osoba sa invaliditetom i postaju deo nacionalne mreže za zapošljavanje osoba sa invaliditetom.

Trajanje: 3 meseca

Osmisliti vizuelni identitet kampanje (logo, slogan...).

Definisati *ključne ciljne grupe*.

Definisati ključne poruke kampanje ka ciljnim grupama.

Dati predlog kanala komunikacija koji bi uključivali online medije (web portali i društvene mreže) i tradicionalne medije (TV, radio, print, OOH) kao i predlog media plana za period trajanja kampanje.

Lista zahteva PR i marketinških usluga

I. Razvoj komunikacione strategije i kampanja, koja obuhvata:

- a. Izradu godišnje strategije za promociju sa kvartalnim planom aktivnosti;
- b. Kreiranje ključnih poruka i slogana krovne kampanje, uz godišnje usklađivanje poruka sa aktivnostima projekta;
- c. Kreiranje targetiranih kampanja vezanih za zagovaračke ciljeve projekta
- d. Izrada media planova za oglašavanje u okviru kampanja
- e. Održavanje kontinuiranog vizuelnog identiteta projekta i kampanja;
- f. Usluge savetovanja u vezi sa komuniciranjem poruka i reagovanjem u kriznim situacijama, offline i online;
- g. Promocija poslodavaca i preduzetnika koji zapošljavaju osobe sa invaliditetom ili su korisnici programa
- h. Priprema uspešnih priča
- i. Aktivno učešće predstavnika radne gupe za promociju na sastancima Public Outreach Borda (jednom u dva meseca u Beogradu ili onlajn);
- j. Dnevni press clipping, redovno mesečno izveštavanje i izveštavanje nakon događaja (press clipping, media report, social media report) sa predlozima za unapređenje komunikacije.
- k. Implementacija godišnje strategije za promociju
- l. Organizacija intervjuja i gostovanja
- m. Osmišljavanje brendinga i vizuelnih rešenja za nagradu i događaja za dodelu nagrada najboljim poslodavcima u domenu zapošljavanja osoba sa invaliditetom
- n. PR podrška u organizaciji okruglih stolova, sastanka sa donosiocima odluka i konferencija
- o. Priprema mesečnih planova promocije na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube) i osmišljavanje plaćenih kampanja
- p. Priprema sadržaja za društvene mreže
- q. Praćenje analitike i priprema izveštaja
- r. Komunikacija sa promoterima kampanja
- s. Priprema plana promocije web portala za zapošljavanje i radne prakse

II. Organizacija događaja i odnosi sa medijima, koji obuhvataju:

- a. Kreiranje kvartalnog medijskog plana i plana događaja;
- b. Ugovaranje medijskih nastupa i plasiranje različitih medijskih sadržaja;
- c. PR promocija projektnih aktivnosti, kampanja i ciljeva u medijima (shodno zakupu medijskog prostora) i obezbeđivanje besplatnog ili ustupljenog prostora u medijima
- d. Pisanje i slanje medijskih poziva, najava i saopštenja (na srpskom i engleskom jeziku) nacionalnim i lokalnim medijima; pisanje govora i info-materijala
- e. Selekcija i opisi fotografija nakon događaja (captions) i slanje medijima
- f. Organizaciju redovnih medijskih sastanaka, uključujući doručke za medije i događaje za medije
- g. Organizacija javnih događaja koji promovišu stimulaciju poslodavaca za zapošljavanje osoba sa invaliditetom

- h. Organizacija i PR podrška konferencija, kao i izrada vizuala i promotivnih materijala
- i. Praćenje događaja na društvenim mrežama
- j. Mapiranje pristupačnih prostora i priprema onlajn brošure sa pristupačnim prostorima za sastanke i konferencije do 100 ljudi koji su pristupačni u Beogradu, Nišu, Novom Sadu, Subotici, Zrenjaninu i Valjevu

III. Kreativni koncept, koji obuhvata:

- a. Izradu idejnih rešenja i scenarija za video klipove
- b. Izrada memoradnума i drugih radnih materijala
- c. Dizajn i pripremu za štampu kraćih publikacija, promotivnih materijala i promotivnih displeja
- d. Dizajn i priprema za štampu bilborda i drugih OOH elemenata
- e. Izradu vizuala i ostalog sadržaja za potrebe sajtova i društvenih mreža (najmanje po dva posta nedeljno za Facebook, Instagram, Twitter i LinkedIn)

*Troškovi produkcije promo materijala, publikacija, kao i zakup medijskog prostora i billboard-a ne ulaze u cenu mesečne naknade. Mesečna naknada ne uključuje reklame na društvenim mrežama.

Svi ponuđači će raditi po pravilima za brendiranje kreiranim od strane Public Outreach Board-a, a u skladu sa USAID pravilima.

Očekivani minimalni broj događaja/PR rezultata za period januar-decembar 2023. godine:

Događaji	Broj
Konferencije	2
Događaj za medije/medijski doručak	5
Okrugli stolovi	2

Rezultati	Broj
TV/Radio gostovanja/priloga (u najmanje 15 lokalnih i nacionalnih medija)	minimum 30
Objave u štampanim/online medijima (u najmanje 35 lokalnih i nacionalnih medija)	minimum 130
Socail media reach	minimum 350.000

Ponuđač će pripremati pozive za medije (na srpskom i engleskom jeziku) i saopštenja (na srpskom i engleskom jeziku), i na zahtev Public Outreach Board-a, prosleđivati pozive za medije i saopštenja i za druge događaje koje članice Public Outreach Board-a budu organizovale.

Zahtevani tim Ponuđača čine: PR expert, PR menadžer, media menadžer, menadžer društvenih mreža, copy writer i dizajner.

Ponuđač može biti jedno pravno lice ili grupa lica od kojih je jedno pravno lice nosilac ponude.

Iznos mesečne naknade za navedene uslugu iznosi _____ američkih dolara (USD) bez PDV-a i prosečan mesečni angažman tima Ponuđača od 160 radnih sati mesečno.