

Технічне завдання щодо створення і реалізації комунікаційної кампанії для посилення спроможності ОГС до впровадження стратегічних планів відновлення та розвитку

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Мережа правового розвитку (далі – МПР) спільно із міжнародною гуманітарною організацією «Людина в біді» та за фінансової підтримки уряду Великобританії понад п'ять місяців 2023 – 2024 рр. посилювали спроможність органів місцевого самоврядування, волонтерських груп та місцевих активістів відповідати на виклики повномасштабної війни, координувати та збільшувати ефективність гуманітарного реагування в Херсонській та Миколаївській областях.

Одним із компонентів цієї ініціативи стало створення стратегічних планів відновлення та розвитку Білозерської громади Херсонської області, Мішково-Погорілівської, Шевченківської громад Миколаївської області та наступним кроком — проведення соціологічного дослідження. За результатами соціологічного дослідження виявилось, що більша частина представників/иць громади не розуміє вектори розвитку громади та зміну тенденцій через повномасштабну війну росії проти України.

Тож для посилення спроможності ОГС реалізувати стратегічні плани відновлення та розвитку оголошує тендер на закупівлю послуг з розробки та реалізації кросканальної інформаційно-комунікаційної кампанії, а також навчальної програми, менторської підтримки для її впровадження в двох громадах Миколаївської та Херсонської областей

Інформаційна довідка

1. [Стратегічні плани відновлення та розвитку](#)
2. [Результати соціологічного дослідження \(лінк\)](#)

Цілі кампанії:

- пояснити та сформулювати розуміння в цільових аудиторій пріоритетність та необхідність тих чи інших кроків стратегічного плану відновлення розвитку громади
- посилити згуртування та залученість до впровадження плану відновлення та розвитку
- географія реалізації кросканальної інформаційно-комунікаційної кампанії:
 - Шевченківська громада Миколаївської області; Білозерська громада Херсонської області
 - Області, громади, міста, де проживають потенційні фахівці, яких потребує громада (за потреби).

2. ОБСЯГ І ЗМІСТ РОБІТ

Очікується, що Постачальник розробить кросканальну комунікаційну кампанію, детальний план дистрибуції та імплементації комунікаційної кампанії та підтримає ОМС і його партнерів у реалізації цієї кампанії.

У період з 1 серпня 2024 року по січень 2025 року Постачальник повинен виконати наступні завдання:

Етап 1:

- проаналізувати результати соціологічного дослідження Шевченківської та Білозерської громади, а також Стратегічні плани розвитку та скласти портрети цільових аудиторій, цілі комунікації.
- проаналізувати інфраструктуру публічних та внутрішніх комунікацій, яку використовують ОМС, ресурси для впровадження і підтримки комунікацій, сильні та слабкі сторони, а також що можна зробити, щоб усунути прогалини.
- створити карту каналів комунікації для досягнення аудиторії за межами ОМС, а також тих, які ОМС не використовують, але є перспективними для комунікації.
- налагодити зв'язок з ключовими особами з боку ОМС та можливих партнерів, які будуть впроваджувати план інформаційно-комунікаційної кампанії (далі імплементатори)

Етап 2.

- створити план інформаційно-комунікаційної кампанії ОМС та можливих партнерів, який допоможе досягнути цілей
- розробити кількісні та якісні показники того, як буде вимірюватися успіх комунікаційної кампанії та відповідатиме SMART
- створити переліку необхідної дистрибуції, іншого можливо забезпечення
- створити плану посилення спроможності ОМС (план воркшопів, менторської підтримки для імплементаторів кампанії)

Етап 3.

- провести відкриту презентацію-консультації плану інформаційно-комунікаційної кампанії ОМС, партнерів та плану посилення спроможності щодо комунікації
- внести зміни, коригування відповідно до рекомендацій учасників/-иць консультації.

Етап 4.

- провести серію воркшопів для імплементаторів
- забезпечити практичну підтримку щодо створення контенту, впровадження інструментів, технологій комунікації, гуртування; втілення креативної ідеї, створення візуалізацій тощо
- надати менторський супровід щодо впровадження плану кампанії

Етап 5

- створити Guide для забезпечення сталості й якості персоналу ОМС:
- створити короткі відео 2-5 хв. з поясненням ключових елементів, на які повинні зважати ОМС для розбудови комунікацій;
 - створити письмову інструкцію.
- Матеріал надаватиметься для користування ОМС у форматі pdf та роздруковані (один примірник на громаду) із вбудованими qr-кодами на відео.
 - виміряти результати плану кампанії
 - підготувати звіт за результатами кампанії, а також плану спроможності;
 - підготувати рекомендацій щодо покращення результатів; lessons learn

3. ОПИС РЕЗУЛЬТАТІВ РОБОТИ

Результат № 1: Розробка плану кросканальної інформаційно-комунікаційної кампанії, яка включатиме ключові показники ефективності, детальний план дистрибуції, робочий план імплементації комунікаційної кампанії, а також PR-план:

1. Аналіз ситуації: розуміння поточного комунікаційного ландшафту ОГС та узгодження плану інформаційно-комунікаційної кампанії з результатами плану стратегічного розвитку ОМС та соціологічного дослідження.
2. Сегментація цільової аудиторії: Чітке та точне сегментування груп цільової аудиторії на основі стратегічного плану відновлення та розвитку громади та соціологічного дослідження.
3. Інсайт і креативна ідея: Розуміння та креативна ідея: опис розуміння (дослідницькі перешкоди для скринінгу в цільових групах), підхід/креативна ідея.
4. Повідомлення та позиціонування: розробка переконливих повідомлень, які резонують із цільовою аудиторією та відповідають цілям програми.
5. План дистрибуції: розробка детального плану, який окреслює кроки, необхідних для донесення креативної ідеї і ключових меседжів до визначених цільових аудиторій.
6. Вибір каналів: визначення відповідних каналів для охоплення та залучення цільової аудиторії (канали можуть включати, як: діджитал промо, таргетовану рекламу в соціальних мережах, статті в медіа, онлайн і офлайн банерну рекламу для досягнення аудиторії за межами ОМС, так і офлайн-заходи, статті на ресурсах, пости в соціальних мережах тощо для аудиторії в межах ОМС).

7. Показники ефективності кампанії: розробка та встановлення SMART (конкретних, вимірних, досяжних, релевантних і обмежених у часі) цілей кампанії і організаційних результатів для вимірювання та оцінки ефективності кампанії.

8. PR-Plan: PR-план, спрямований на промоцію стратегічного плану відновлення та розвитку серед цільових аудиторій та залучення в окремих випадках до його реалізації.

9. План дій: Створення детального плану дій, який визначає завдання, обов'язки та часові рамки для реалізації кампанії.

Результат № 2: Реалізація плану інформаційно-комунікаційної кампанії, навчання та менторська підтримка:

1. Створення контенту: розробка високоякісного контенту, який узгоджується з повідомленнями та резонує з цільовою аудиторією.

2. Реалізація з розбивкою на канали

3. Моніторинг взаємодії з контентом: постійний моніторинг показників взаємодії з контентом, таких як вподобання, поширення, коментарі, відвідуваність вебсайту тощо.

4. Адаптація та оптимізація: Постійне коригування тактики кампанії на основі даних у реальному часі для покращення рівня залученості та конверсії.

5. Навчання та менторство: ефективне менторство та інша підтримка команди підрядника та імплементаторами та зацікавленими сторонами для забезпечення безперебійного виконання плану. Створення інклюзивної навчальної програми та згодом Guide, який стане можливістю забезпечення сталості якості

Результат № 3: Розробка звіту за результатами комунікаційної кампанії:

1. Збір даних: збір точних і релевантних даних, пов'язаних із показниками ефективності кампанії.

2. Аналіз: Ретельний аналіз даних для оцінки впливу кампанії, включаючи охоплення, залученість і коефіцієнт конверсії.

3. Порівняння з еталонними показниками: за можливості порівняння результату кампанії з показниками соціологічного дослідження

4. Відомості та рекомендації: визначення ключових уявлень і дієвих рекомендацій, отриманих в результаті аналізу.

5. Створення Guide: створення Guide для ОМС, який допоможе підтримувати якість комунікацій персоналу. Містить короткі відео 2-5 хв. з поясненням ключових елементів, на які повинні зважати ОМС для розбудови комунікацій; та письмову інструкцію.

6. Створення звіту: створення комплексного звіту, який ефективно передає результати кампанії, інформацію та рекомендації. Висновки та рекомендації можуть стати основою створення Комунікаційної стратегії ОМС

4. ЦІНА І ГРАФІК НАДАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РОБОТИ

Оплата за надані послуги Мережа правового розвитку здійснюватиме згідно з таблицею нижче, після надання Постачальником/Субпідрядником і приймання спілкою “Мережа правового розвитку” відповідного вказаного результату роботи.

| Номер(и) та Назва(-и) відповідного Результату роботи | Кінцевий термін |
|--|----------------------------|
| 1. Результат № 1: Розробка плану інформаційно-комунікаційної кампанії, яка включатиме ключові показники ефективності, детальний план дистрибуції, робочий план імплементації комунікаційної кампанії, а також PR-план. | до 25 серпня 2024 |
| 2. Результат № 2: Реалізація плану інформаційно-комунікаційної кампанії, навчання та менторства | 1 грудня 2024 |
| 3. Результат № 3: Розробка звіту за результатами комунікаційної кампанії. | грудень 2024 - січень 2025 |