

1. Сообщаем о согласии участвовать в открытом конкурсе в электронной форме на выполнение работ (оказание услуг) по проекту: «Расширение информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа» (Идентификационный код закупки: 191770470675877040100101670017021244), на условиях, установленных в конкурсной документации и не подлежащих изменению по результатам проведения открытого конкурса в электронной форме (согласие дается с применением программно-аппаратных средств электронной площадки).

2. Предложение участника открытого конкурса в электронной форме о качественных, функциональных и экологических характеристиках объекта закупки

Номер этапа работ (услуг)	Наименование работ (услуг)	Предложение участника закупки в отношении работ (услуг): функциональные, технические и качественные характеристики, эксплуатационные характеристики объекта закупки (при необходимости), спецификации и др.	Результат работ (услуг)	Состав отчетной документации
1	2	3	4	5
2020 год				
I	I.1 Формирование Визуальной концепции присутствия в социальных медиа в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа	<p>Должна быть разработана визуальная концепция присутствия Россотрудничества в социальных медиа в 2020 году.</p> <p>Визуальная концепция присутствия должна включать в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - руководство по её применению, - базовую сегментацию и описание целевых аудиторий; - описание подходов к визуальному представлению информации, обоснование выбора стилистических решений, описание видов визуального контента; - стилистическое оформление постов с примерами использования в различных социальных сетях (не менее 2 вариантов оформления для выбора одного из них Заказчиком); - дизайн-макеты постов на основе выбранного варианта стилистического оформления и инструкция по их использованию для передачи в представительства Россотрудничества. <p>Визуальная концепция должна соответствовать Указу Президента Российской Федерации от 6 сентября 2008 г. № 1315 со всеми его изменениями и дополнениями, целям, задачам и истории Россотрудничества.</p> <p>Стилистическое оформление должно визуально сочетаться с используемыми Россотрудничеством логотипом, цветами, шрифтами, графическими элементами. Дополнительные графические элементы могут быть использованы произвольно при условии не противоречия ими уже используемым элементам. При разработке</p>	Создана визуальная концепция присутствия в социальных медиа в 2020 году.	<p>Отчет о формировании визуальной концепции в социальных медиа объемом не менее 1 п.л., включающий в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - визуальную концепцию; - дизайн макеты-постов; - руководство по применению визуальной концепции в социальных медиа (на электронном носителе).

	<p>в 2020 году</p>	<p>стилистического оформления недопустимы заимствования графического оформления из ранее публично представленных другими организациями визуальных материалов. При разработке стилистического оформления должен быть выработан единый стиль, имеющий единую модульную сетку, цветовую гамму (совокупность цветов и оттенков, которые гармонируют между собой и официальным цветом организации заказчика), и правила использования шрифтов для заголовков, подзаголовков, основного текстового блока, списков. Необходимо использовать все начертания используемой заказчиком фирменной шрифтовой гарнитуры. Размер используемых шрифтов должен обеспечивать удобство восприятия текстовой информации при минимально допустимом размере экрана.</p> <p>При разработке стилистического оформления должно быть обеспечено восприятие Россотрудничества в информационном пространстве как:</p> <ul style="list-style-type: none"> - государственной организации – органа власти, решающего важные государственные задачи; - актора в системе международных отношений – организации, осуществляющей международное гуманитарное сотрудничество; - организации, ориентированной на молодое поколение – источника новых возможностей для молодёжи; - прогрессивной организации – организации, использующей современные технологии и инструменты. <p>Стилистическое оформление должно быть согласовано с Заказчиком до согласования визуальной концепции.</p> <p>На основе выбранного Заказчиком варианта стилистического оформления должны быть разработаны дизайн-макеты оформления страниц Россотрудничества и его представительств, в Facebook, Instagram, В Контакте (VK), Twitter (всего 8 дизайн-макетов), а также дизайн постов следующих видов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лонгрид (без привязки к социальной сети); - пост с несколькими картинками и объёмом текста 50-100 слов ((Facebook, Instagram, В Контакте (VK)) ; - пост с несколькими картинками и объёмом текста 10-50 слов (Facebook, Instagram, В Контакте (VK)); - видео пост (Facebook, Instagram, В Контакте (VK)); - пост с инфографикой (Facebook, Instagram, В Контакте (VK)); 		
--	--------------------	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - пост-цитата (Facebook, Instagram, В Контакте (VK)); - сториз (Facebook и Instagram); <p>всего 18 дизайн-макетов.</p> <p>В дизайн-макетах должно быть реализовано визуальное оформление структурирования материалов по темам.</p> <p>Визуальная концепция должна быть согласована с Заказчиком в течении 14 дней со дня заключения настоящего контракта.</p>		
I.2. Разработка лонгридов по вопросам гуманитарного сотрудничества в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2020 году	<p>Должна быть обеспечена разработка лонгридов по согласованному с Заказчиком списку информационных поводов. Для разработки лонгридов должен быть обеспечен сбор актуального контента по вопросам гуманитарного сотрудничества (не менее 1 п.л.).</p> <p>На основании отобранного актуального контента должны быть разработаны лонгриды (не менее 12 лонгридов).</p> <p>Для формирования каждого из лонгридов должны быть подготовлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - текстовые материалы глубокой проработки (не менее 7000 знаков с пробелами, уникальность каждого теста должна быть не менее 90% и должна быть подтверждена одним из сервисов проверки текстов на уникальность); - медиа материалы, включающее не менее 5 фото или иллюстраций; - в лонгридах могут быть использованы видео-материалы, разработанные для Заказчика в рамках выполнения настоящего контракта (п. I.3). <p>Лонгриды должны быть сформированы в виде единого документа на основе дизайн-макетов (п. I.1) на русском и английском языках, выполнены в формате pdf и согласованы с Заказчиком и затем опубликованы в социальных сетях в виде одного или нескольких постов. График публикации должен быть согласован с Заказчиком в течение 14 дней со дня заключения данного контракта.</p> <p>Должно быть обеспечено не менее 10000 просмотров каждого лонгрида пользователями социальных медиа.</p>	<p>Разработаны и опубликованы лонгриды по вопросам гуманитарного сотрудничества.</p>	<p>Отчет о разработке лонгридов, объемом не менее 2 п.л., включающий в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результаты анализа, подтверждающего уникальность текста (на электронном носителе); - скриншоты публикаций Лонгридов в социальных медиа, подтверждающие количество просмотров (на электронном носителе); - тексты лонгридов; - материалы к лонгридам; - готовые лонгриды в формате pdf (на электронном носителе). 	
I.3. Разработка и сопровождение Единой	<p>Должна быть разработана международная платформа коммуникационного взаимодействия (далее - Коммуникационная платформа), включающая:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработку и внедрение диджитал-стратегии коммуникационной платформы в 2020 году; 	<p>Разработана международная единая платформа</p>	<p>Отчет о разработке и сопровождении международной единой платформы</p>	

<p>международной платформы коммуникационного взаимодействия в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2020 году</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Внедрение и сопровождение системы управления коммуникационной платформой. - Контент сопровождение. - Комплекс мероприятий по продвижению контента Россотрудничества на коммуникационной платформе. <p>Коммуникационная платформа должна быть реализована на основе Визуальной концепции присутствия в социальных медиа постов (п. I.1).</p> <p>Коммуникационная платформа должна охватывать следующие аккаунты в социальных сетях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аккаунты центрального аппарата Россотрудничества в Facebook, Instagram, ВКонтакте (VK), Twitter а также Youtube или иной, согласованной с Заказчиком социальной сети, специализирующейся на видео-контенте (далее видео-канале) или аккаунты созданные им на замену (далее базовые аккаунты Заказчика); - аккаунты в Facebook, Instagram, ВКонтакте (VK) представительств Россотрудничества за рубежом, личные аккаунты руководителя и заместителей руководителя Россотрудничества, аккаунты проектов и программ Россотрудничества, иные, связанные с Россотрудничеством аккаунты вовлеченного окружения в социальных медиа, а также новые тематические аккаунты в Facebook, Instagram, ВКонтакте (VK), которые будут созданы в ходе выполнения настоящего контракта (далее дополнительные аккаунты Заказчика). - технические аккаунты для автоматического репоста, на них контента Заказчика, которые должны быть созданы Исполнителем в рамках выполнения настоящего контракта (далее технические аккаунты Заказчика). <p>Все выше перечисленные аккаунты далее по тексту – аккаунты Заказчика.</p> <p>Разработанная в рамках создания коммуникационной платформы Диджитал-стратегия должна включать в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - первичный анализ поисковых запросов, приводящих на сайты и социальные сети Заказчика, а также на сайты и социальные сети иностранных организаций, имеющих схожие с Заказчиком функции (список данных организаций должен быть согласован с Заказчиком до предоставления диджитал -стратегии); - анализ социальных медиа иностранных организаций, имеющих схожие с 	<p>коммуникационного взаимодействия по вопросам гуманитарного сотрудничества</p> <p>Обеспечено сопровождение международной платформы коммуникационного взаимодействия</p>	<p>коммуникационного взаимодействия, объемом не менее 12 п.л., включающий в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - диджитал-стратегию; - базу данных аккаунтов Заказчика; - Паспорт системы управления коммуникационной платформы; - отчет о создании аккаунтов и их контент-сопровождении (на электронном носителе); - документы, подтверждающие контент-наполнение аккаунтов; - ежемесячные контент-планы (на электронном носителе); - еженедельные контент-планы с макетами сообщений (на электронном носителе); - концепция видео-канала Россотрудничества (на электронном носителе); - методические указания и инструкции для
---	---	---	---

		<p>Заказчиком функции;</p> <ul style="list-style-type: none"> - первичный анализ аудитории сайта Заказчика, совершившей переход из социальных сетей; - первичный анализ ранжирования, по ключевым словам, (не менее 50 слов, список согласуется с Заказчиком); - первичный анализ целевых аудитории единой платформы коммуникационного взаимодействия, сегментацию имеющейся аудитории Россотрудничества по: географическому признаку, возрасту, полу, владению языками, профессии, политическим предпочтениям, по тематическим интересам, образу жизни с целью планирования целевых сообщений и настройки таргетированной рекламы (в соответствии с законодательством, требованиями и ограничениями социальных сетей в части персональных данных); - принципы ведения и работы с целевыми аудиториями; - глобальные цели и задачи платформы коммуникационного взаимодействия; - цели и задачи работы платформы коммуникационного взаимодействия на период Государственного контракта; - средства и инструменты автоматизации работы с контентом; - список экспертов и лидеров общественного мнения для организации информирования ими целевой аудитории о работе Россотрудничестве; - список тематических дополнительных аккаунтов Заказчика для создания в рамках данного контракта; - список ресурсов для создания в них технических аккаунтов; - список ресурсов для продвижения в них контента Заказчика; - концепция видео-канала Россотрудничества; - список пользовательских действий и сообщений для настройки автоматизированной реакции на них; - план работы на 2020 год <p>Диджитал-стратегия должна быть согласована с Заказчиком в течении 21 дня со дня заключения настоящего контракта.</p> <p>Должно быть реализовано внедрение и сопровождение системы управления коммуникационной платформой В системе управления коммуникационной платформой должны использованы средства автоматизации синхронной публикации, отложенной</p>		<p>подготовки видео-материалов представителями Россотрудничества (на электронном носителе);</p> <ul style="list-style-type: none"> - положения о специальных интерактивных акциях. - База данных рассылок приглашений (на электронном носителе); - отчёт о размещении контента заказчика в дружественных интернет сообществах приглашений (на электронном носителе); - отчёт о размещении контента заказчика на глобальных, тематических и специализированных интернет-ресурсах (на электронном носителе); - отчёт об использовании платных инструментов (на электронном носителе).
--	--	--	--	--

		<p>публикации по таймеру, таргетированной рекламы. Все используемые сервисы автоматизации должны располагаться на российских серверах, иметь сертифицированную защиту и соответствовать Законодательству Российской Федерации и стран присутствия Россотрудничества в области защиты персональных данных.</p> <p>Система управления коммуникационной платформой должна обеспечивать автоматизированное контент сопровождение всех аккаунтов Заказчика.</p> <p>Аккаунты в данных сервисах должны быть зарегистрированы с использованием двухфакторной аутентификации на предоставленные Заказчиком адреса электронной почты и номера мобильных телефонов. Сервисы автоматизации должны быть согласованы с Заказчиком в рамках Диджитал-стратегии. После выполнения Государственного контракта должно быть обеспечено прекращение доступа Исполнителя и связанных с ним организаций и людей к аккаунтам, созданным на данных сервисах.</p> <p>Должен быть создан паспорт системы управления коммуникационной платформой, содержащий информацию о серверах расположения системы управления (физические и интернет адреса, используемое программное обеспечение), аккаунтах Заказчика и Исполнителя</p> <p>в системе управления с указанием их реквизитов доступа и пользовательских прав.</p> <p>Должно быть обеспечено сопровождение коммуникационной платформой с использованием системы управления в режиме 24 часа в сутки, 7 дней в неделю.</p> <p>В рамках сопровождения коммуникационной платформы должно быть обеспечено:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка и согласование ежемесячных контент-планов, еженедельных контент-планов сопровождения базовых аккаунтов с макетами сообщений, еженедельных планов перепостов из базовых аккаунтов в дополнительные и технические аккаунты; - заполнение базовых аккаунтов Заказчика в соответствии с параметрами социальной сети; - публикация контента – создание уникальных (авторских) информационных сообщений и их публикация в базовых аккаунтах Заказчика; - создание новых дополнительных аккаунтов Заказчика в используемых социальных сетях; - выборочный перепост контента из базовых аккаунтов Заказчика 		
--	--	---	--	--

		<p>в дополнительные аккаунты Заказчика;</p> <ul style="list-style-type: none"> - создание технических аккаунтов Заказчика; - выборочный перепост контента из базовых аккаунтов Заказчика в технические аккаунты Заказчика; - проведение специальных интерактивных акций; - модерирование аккаунтов Заказчика. <p>Если какие-то из социальных медиа Заказчика, где работают базовые аккаунты Заказчика в период действия Государственного контракта или на момент его заключения прекращают свою работу, либо условия их работы изменены в той степени, что это препятствует достижениям целей настоящего контракта, должно быть обеспечено отключение аккаунтов в этих сетях от системы управления, создание новых аккаунтов Россотрудничества в иных социальных медиа, в том числе разработаны дизайн-макеты постов на основе Визуальной концепции (п.1.1) (не позднее 7 дней с момента заявки Заказчика). При этом общее число базовых аккаунтов Заказчика – не более 5, из которых одно социальное медиа, должно быть специализировано на видео-контенте (видео-канал).</p> <p>Все публикуемые материалы должны быть адаптированы под запросы и особенности социальной сети. Контент-сопровождение базовых аккаунтов Заказчика в Facebook, В Контакте (VK), Instagram и Twitter включает в себя не менее 20 постов в неделю в каждый из аккаунтов, в том числе не менее 20 постов в месяц в формате сторис для Facebook и Instagram, включая выходные и праздничные дни.</p> <p>В рамках контент сопровождения базовых аккаунтов должно быть реализовано:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ежемесячный анализ аудитории, фильтрация негативно настроенных и неконструктивных новых подписчиков по их комментариям, используемым ими хэштегам, их участию в группах и подписках, обновление базы-данных аудитории; - разработку уникальных сообщений для целевой аудитории страницы; - разработку рубрикатора, визуальное оформление структурирования материалов по темам; - подготовку и размещение контента в рамках согласованного рубрикатора; - SEO-оптимизация публикуемых текстов; - подготовка фото-контента либо иллюстраций для публикаций, осуществление коррекции фотоматериалов для устранения дефектов тусклости, засветов, искажения цветов и пр.; - подготовка и размещение инфографических материалов (для не более 4 публикаций 		
--	--	--	--	--

		<p>в месяц);</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка видео или анимированного контента (для не более 2 публикаций в месяц, продолжительностью не менее 10 секунд), осуществление коррекции видеоматериалов для устранения дефектов тусклости, засветов, искажения цветов и пр.; - размещение адаптированных под социальные сети материалов с официального сайта Заказчика (не менее 1 ежедневно); - размещение прямых трансляций или репортажей мероприятий Заказчика, проходящих на территории Российской Федерации (не более 12 прямых трансляций/репортажей). <p>Должно быть обеспечено оперативное размещение перепостов новостной информации и тематических публикаций с других ресурсов на основе ссылок, направленных представителями Заказчика электронной почтой или через Интернет-мессенджеры.</p> <p>Контент-сопровождение видео-канала включает в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стилистическое оформление видео-канала на основе визуальной концепции (п. I.1) и концепции видео-канала; - подготовка уникального видео контента для видео-канала (не менее 12 уникальных видео-роликов на русском и английском языках продолжительность 60-180 секунд каждый по согласованным с Заказчиком сценариям, темы видео-контента согласуются в рамках концепции видео-канала). - публикацию не менее 2 и не более 5 уникальных постов в месяц; - подготовка методических указаний и инструкций для подготовки видео-материалов представительскими Россотрудничества; - использование видео-контента, подготовленного в рамках данного Контракта для других базовых аккаунтов; - размещение иных видео материалов Заказчика; <p>Заказчик может передавать исполнителю различную текстовую и графическую информацию для использования Исполнителем при подготовке контента, а Исполнитель обязан использовать данную информацию, либо информировать Заказчика о причинах, по которым данная информация не может быть использована.</p> <p>При подготовке контента недопустимо визуальное искажение представленных на них лиц и фигур идентифицируемых людей, в том числе обрезание, наложение графических элементов на изображение человека, иные манипуляции с изображением, которые могут быть</p>		
--	--	---	--	--

		<p>трактованы как портящие имидж и репутацию, представленного человека. При этом допустимо искажение, размытие, наложение элементов и другие манипуляции с лицами и фигурами, если они представлены в настолько маломасштабном виде, что представленные на материалах люди не могут быть однозначно идентифицированы.</p> <p>Размещаемые материалы должны быть представлены на русском и иностранных языках, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не менее 6 материалов в месяц в Facebook и Instagram должны быть переведены на английский язык; - не менее 6 материалов в месяц в Facebook и Instagram должны быть переведены на испанский язык; - не менее 6 материалов в месяц в Facebook и Instagram должны быть переведены на арабский язык; - допускается одновременное использование нескольких языков для форматов с несколькими перелистываемыми изображениями, где одно и то же изображение на каждом слайде имеет надписи на разном языке. - материалы в сети В Контакте (VK) публикуются только на русском языке. - материалы в видео-канале публикуются на русском и английском языках. <p>Должно быть обеспечено создание новых дополнительных тематических аккаунтов в используемых Заказчиком социальных сетях Facebook, Instagram, В Контакте (VK) (не более 8 аккаунтов). Новые аккаунты должны быть реализованы с учётом визуальной концепции (п. I.1) и интегрированы в систему сквозного управления аккаунтами Заказчика. Список тематических аккаунтов и сроки введения их в эксплуатацию должны быть согласованы с Заказчиком в рамках диджитал-стратегии.</p> <p>Должен быть создан канал Россотрудничества в мессенджере Telegram и обеспечен перепост в него контента из базовых аккаунтов Заказчика в объёме не менее одного поста в день. Сроки введения их в эксплуатацию канала в Telegram, должны быть согласованы с Заказчиком в рамках диджитал-стратегии.</p> <p>Должно быть обеспечено создание технических аккаунтов Заказчика в различных социальных сетях, в том числе должны быть использованы международные социальные сети (tumblr, flickr, snapchat и др.), интернет-чаты (WeChat и др.), деловые социальные сети (LinkedIn, E-xecutive.ru и др.), Friendfeed, Tictok, Likee, платформы работы с отзывами и вопросами, научно-образовательные сообщества, музыкальные сообщества, видео-сообщества, сообщества по теме фотография и дизайн, фотостоки, сообщества о книгах и литературе, сообщества о путешествиях и отдыхе, сообщества</p>		
--	--	---	--	--

		<p>о здоровье и спорте, женские и мужские тематические ресурсы, игровые сообщества, объявления на досках объявлений, рекомендательные социальные сети, мобильные социальные сети, закрытые социальные сети, и др. (далее тематические ресурсы). В скобках приведены примеры для иллюстрации направленности тематических ресурсов, но список конкретных тематических ресурсов (не менее 50 ресурсов) должен быть согласован и утверждён Заказчиком в рамках диджитал-стратегии. При создании технических аккаунтов должно быть обеспечено размещения в них логотипа и названия Заказчика для возможности идентификации пользователями принадлежности данных аккаунтов. По согласованию с Заказчиком в технических аккаунтах Заказчика могут быть отключены возможности комментирования. В рамках контент сопровождения дополнительных и технических аккаунтов Заказчика платформы должно быть реализовано:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обновление базы-данных аудитории; - перепост контента и базовых аккаунтов заказчика в соответствии с контент-планом. <p>Должно быть обеспечено проведение специальных интерактивных акций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведение виртуальных флэшмобов (не менее 3 флэшмобов, с участием не менее 1000 пользователей); - проведение опросов, связанных с деятельностью Заказчика (не менее 10 опросов); - проведение конкурсов, стимулирующих гражданскую онлайн-журналистику (написание эссе и/или проведение фото расследований и/или иных акций), инициирующих пользователей генерировать контент, связанный с деятельностью Заказчика (не менее 5 акций инициации, с участием не менее 100 пользователей в каждой); - организация онлайн горячих линий на тематических комьюнити (не мене 2 линий). - организация размещения информационных сообщений для повышения качества информирования целевой аудитории о работе Россотрудничестве дружественными российскими и зарубежными экспертами и лидерами общественного мнения (список экспертов согласуется с Заказчиком в рамках диджитал-стратегии), в том числе должно быть опубликовано не менее 6 материалов в аккаунтах экспертов или лидеров общественного мнения, широко представленных в медийном поле (журналисты, писатели, общественные деятели, спортсмены, музыканты, лидеры бизнеса), имеющие не менее 10 000 подписчиков в любой из социальных сетей. <p>Должна быть предусмотрена система премирования аудитории за участие в интерактивных акциях Заказчика. Общая стоимость услуг для премирования аудитории</p>		
--	--	--	--	--

		<p>Заказчика должна быть не меньше 100 000 (Ста тысяч) рублей, оплачивается Исполнителем из собственных средств и подтверждается первичными бухгалтерскими документами. Сроки проведения интерактивных акций должны быть согласованы с заказчиком в рамках ежемесячных контент-планов. Положение о каждой из специальных интерактивных акций, содержащее сценарий, повестку, состав участников, состав экспертов и других привлечённых специалистов, систему премирования, а также иные параметры этих акций, должны быть согласованы с Заказчиком не менее чем за 2 недели до проведения акции. Должна быть обеспечена публикация материалов, связанных с объявлением начала, ходом реализации и итогами каждой акции.</p> <p>Должно быть обеспечено модерирование базовых аккаунтов Заказчика, включающее в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - удаление спама; - работа с негативом; - работа с позитивом; - ответы на вопросы и комментарии аудитории; - стимулирование онлайн дискуссий и их модерирование (не менее 5 дискуссий ежемесячно). - автоматизированное модерирование, настройка типовых ответов на типовые вопросы пользователей, настройка типовых сообщений в случае типовых действий пользователей. <p>Должно быть обеспечено модерирование дополнительных и технических аккаунтов Заказчика, включающее в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - удаление спама; - автоматизированное модерирование, настройка типовых сообщений в случае типовых действий пользователей. <p>Должно быть обеспечено продвижение контента Заказчика по следующим направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработка развитие и модернизация хэш-тегов в социальных сетях (не менее 50 хэш-тегов); - рассылка приглашений вступить в группы либо подписаться на аккаунты Россотрудничества потенциальной аудитории (по согласованию с Заказчиком); - организация размещения контента Россотрудничества в дружественные интернет сообщества, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> • аккаунты объединений соотечественников за рубежом (не менее 80 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); 		
--	--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> • аккаунты объединений иностранных граждан, изучающих русский язык, русскую культуру и др. (не менее 80 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт). • аккаунты объединений иностранных граждан обучающихся или ранее обучавшихся в российских и советских вузах (не менее 80 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); • аккаунты партнёрских российских и зарубежных некоммерческих и неправительственных организаций (не менее 100 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); • аккаунты дружественных Россотрудничеству российских и зарубежных лидеров общественного мнения (не менее 80 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); • аккаунты международных мероприятий и программ, в которых Россотрудничество является соорганизатором, либо принимает участие (не менее 10 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); <ul style="list-style-type: none"> - организация позитивных постов о Россотрудничестве дружественными российскими и зарубежными экспертами (не менее 2 в месяц); - организация подписок аккаунтов Россотрудничества на дружественные аккаунты и на потенциальных подписчиков (в объёме ежесуточных лимитов каждой из социальных сетей, в которой ведётся работа); <p>Список дружественных ресурсов, где осуществляется продвижение, должен быть согласован с Заказчиком. Заказчик может направлять информацию о дружественных ресурсах для их включения в данный список.</p> <p>Должно быть организовано дополнительное размещение контента Заказчика на интернет-ресурсах, в которых работают базовые и технические аккаунты Заказчика. Данное размещение в целях продвижения должно быть не в аккаунтах Заказчика, а в иных аккаунтах в этих социальных сетях. Исполнитель должен осуществлять самостоятельную коммуникацию с владельцами аккаунтов, достигая договорённости о данных размещениях. В общей сложности на тематических ресурсах за пределами аккаунтов Заказчика должно быть опубликовано не менее 800 сообщений, в том числе реализовано:</p> <ul style="list-style-type: none"> - написание и редактирование статей для Wikipedia (не менее 5); - внедрение тематических ссылок в существующие статьи на Wikipedia (не менее 50); 		
--	--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - продвижение видео в социальных сетях, специализирующихся на видео (12 роликов, подготовленных для видео-канала, каждого на 5 площадках); - продвижение фото на фото-сайтах (не менее 200 фотографий); - размещение на сайтах (блогах) уникального бесплатного контента – Лонгридов (п. I.2) (не менее 12 лонгридов, каждого на 10 площадках); - отмечание пользователей на контенте с персонами; - привязка контента к географической точке на гео-сервисах (GoogleMaps, и т.д.); - Написание гостевых постов для близких по тематике сообществ (не менее 100 постов); - продвижение через сервисы профессиональных связей (МойКруг, LinkedIn); - продвижение через интернет-журналы и каталоги статей (не менее 30 публикаций). <p>Перечень тематических ресурсов для продвижения должен быть согласован с Заказчиком в рамках диджитал-стратегии, сроки публикации должны быть согласованы с Заказчиком в рамках ежемесячных контент-планов.</p> <p>Должно быть обеспечено использование платных инструментов продвижения контента, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - таргетированная реклама в социальных сетях; - медийная реклама в социальных сетях; - размещение объявлений в социальных сетях; - ретаргетинг (показ рекламы только тем пользователям, которые совершили на аккаунтах заказчика какое-либо действие); - приобретение сообщений в каналах мессенджеров. <p>Заказчиком должен быть согласован список и объёмы использования платных инструментов продвижения в объёмах, необходимых для соблюдения целевых показателей настоящего контракта. Расходы на платные инструменты продвижения должны осуществляться Исполнителем из собственных средств. При этом общий объём средств на платное продвижение контента Заказчика должен быть не менее 200 000 (двухсот тысяч) рублей и подтверждается первичными бухгалтерскими документами.</p> <p>В рамках продвижения контента Россотрудничества, должно быть организовано Развитие партнерства с владельцами мобильных приложений, в том числе направление владельцам тематических приложений (по согласованию с Заказчиком) приглашений к сотрудничеству.</p>		
	I.4. Проведение анализа	Исполнителем должен быть проведен ежемесячный анализ эффективности контент-сопровождения и продвижения единой платформы коммуникационного взаимодействия (п.	Проведен анализ	Отчет об анализе эффективности контент-

<p>эффективности контент-сопровождения и продвижения коммуникационной платформы в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2020 году</p>	<p>I.3). Ежемесячный анализ должен включать в себя детальный анализ эффективности проведенных Исполнителем работ на единой платформе коммуникационного взаимодействия. Анализ предполагает сбор статистической информации с последующим анализом по следующим показателям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ поисковых запросов, приводящих на сайты и социальные сети Заказчика, а также на сайты иностранных организаций, имеющих схожие с Заказчиком функции; - анализ аудитории (прямые посещения, переходы из поисковых систем, рефералы); - анализ ранжирования, по ключевым словам, (не менее 50 слов, список согласуется с Заказчиком); - анализ целевых аудитории единой платформы коммуникационного взаимодействия, сегментацию имеющейся аудитории Россотрудничества по: географическому признаку, возрасту, полу, владению языками, профессии, политическим предпочтениям, по тематическим интересам, образу жизни с целью планирования целевых сообщений и настройки таргетированной рекламы (в соответствии с законодательством, требованиями и ограничениями социальных сетей в части персональных данных) - выполнение плана работы на текущий отчетный период; - анализ средств и инструментов автоматизации работы с контентом; - анализ эффективности проведенных специальных акций; - анализ эффективности модерации коммуникационной платформы; - достижение целей и реализация задач коммуникационной платформы; - достижение целей и реализация задач коммуникационной платформы на текущий период. <p>По итогам проведенных работ Исполнителем должны быть сформированы ежемесячные и итоговая за 2020 год аналитические справки по следующим показателям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Количество подписчиков (динамика подписок и отписок); - Темп роста аудитории Заказчика; - Количество просмотров контента Заказчика; - Уровень привлекательности (Лайки / Подписчики * 100 %); - Уровень общительности (Комментарии / Подписчики * 100 %); - Коэффициент вовлеченности по охвату (количество вовлечений (лайки + репосты + 	<p>эффективности контент-сопровождения и продвижения коммуникационной платформы</p> <p>Предоставлены ежемесячные отчёты об изменениях в базе данных аудитории.</p> <p>Подготовлены ежемесячные аналитические справки.</p> <p>Подготовлена итоговая аналитическая справка.</p>	<p>сопровождения и продвижения коммуникационной платформы, объемом не менее 1,5 п.л., включающий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ежемесячные отчёты об изменениях в базе данных аудитории (на электронном носителе); - обновлённая база данных сегментированной аудитории (на электронном носителе). - ежемесячные аналитические справки (на бумажном и электронном носителе); - итоговая аналитическая справка (на бумажном и электронном носителе)
---	---	---	--

		<p>комментарии) / охват * 100 %);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Уровень вовлеченности в пересчете на пост (количество вовлечений (лайки + репосты + комментарии на 1 пост / количество подписчиков на дату публикации * 100 %). - Цена за целевое действие (Cost Per Action), (клик на материал, переход в группу, вступление в группу, лайк, переход на сайт, репост и др.), совершённое в следствие рекламной компании; - Объем трафика на сайты Заказчика из социальных сетей. - Рейтинг наиболее популярных публикаций. - Рекомендации по корректировке работы. <p>Ежемесячные аналитические справки и итоговая за 2020 год аналитическая справка должны быть оформлены графиками и диаграммами, представлена в формате .pptx (не менее 7 слайдов). Ежемесячная аналитическая справка предоставляется ежемесячно посредством электронной почты, по адресам, определенным Заказчиком. Итоговая аналитическая справка должна обобщать ежемесячные справки, содержать итоговые выводы.</p>		
I.5. Продвижение аккаунтов Заказчика в социальных сетях в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2020 году		<p>Должно быть обеспечено продвижение аккаунтов Заказчика (п. I.3) в социальных сетях, включающее в себя увеличение количества подписчиков (для в Facebook, В Контакте (VK) и Instagram и видео-канал совокупно на не менее чем 600 подписчиков в месяц).</p> <p>Должно быть обеспечено соблюдение следующих целевых показателей и индикаторов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Количество просмотров 60 000 в месяц совокупно на все посты во всех базовых аккаунтах Заказчика; - Уровень привлекательности (3 %); т.е. 3% подписчиков всех аккаунтов Заказчика должны совершить хотя бы одну реакцию (лайк) по отношению к одному посту Заказчика; - Уровень общительности (1 %), т.е. 1% подписчиков всех аккаунтов Заказчика должны совершить хотя бы одно действие (комментарий или репост) по отношению к одному посту Заказчика; - Уровень вовлеченности в пересчете на пост от количества просмотров, полученных по рекламе (0,1%) т.е. 0,1% посмотревших каждый пост в результате рекламной компании, должны совершить реакцию (лайк или репосты ил комментарий). 	<p>Осуществлено продвижение аккаунтов Заказчика в социальных сетях.</p> <p>Достигнуты Целевые показатели и индикаторы присутствия в социальных медиа.</p>	<p>Отчёт о продвижении аккаунтов в социальных медиа и достижениях целевых показателей и индикаторов присутствия в социальных медиа, объёмом не менее 1 п.л., включающий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ежемесячный отчёт о выполнении целевых показателей (на бумажном и электронном носителе); - итоговый отчёт о выполнении

		<ul style="list-style-type: none"> - Цена за целевое действие (Cost Per Action), (клик на материал, переход в группу, вступление в группу, лайк, переход на сайт, репост и др.), совершённое вследствие рекламной компании (не более 50 российских рублей или эквивалента этой суммы в иностранной валюте в пересчёте на российский рубль по курсу на день оплаты); <p>Исполнитель не должен использовать накрутки, ботов, приобретение сообщений блоггеров на биржах, и иные технологии, искажающие реальные целевые показатели и индикаторы.</p> <p>В ходе выполнения работ должны быть подготовлены ежемесячные отчёты о выполнении целевых показателей.</p> <p>По результатам выполнения работ должен быть предоставлен итоговый отчёт о выполнении целевых показателей.</p>		<p>целевых показателей (на бумажном и электронном носителе).</p>
II	<p>II.1 Формирование Визуальной концепции присутствия в социальных медиа в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2021 году</p>	<p>Должна быть разработана визуальная концепция присутствия Россотрудничества в социальных медиа в 2021 году.</p> <p>Визуальная концепция присутствия должна включать в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - руководство по её применению, - базовую сегментацию и описание целевых аудиторий; - описание подходов к визуальному представлению информации, обоснование выбора стилистических решений, описание видов визуального контента; - стилистическое оформление постов с примерами использования в различных социальных сетях (не менее 2 вариантов оформления для выбора одного из них Заказчиком); - дизайн-макеты постов на основе выбранного варианта стилистического оформления и инструкция по их использованию для передачи в представительства Россотрудничества. <p>Визуальная концепция должна соответствовать Указу Президента Российской Федерации от 6 сентября 2008 г. № 1315 со всеми его изменениями и дополнениями, целям, задачам и истории Россотрудничества.</p> <p>Стилистическое оформление должно визуально сочетаться с используемыми Россотрудничеством логотипом, цветами, шрифтами, графическими элементами. Дополнительные графические элементы могут быть использованы произвольно при условии не противоречия ими уже используемым элементам. При разработке</p>	<p>Создана визуальная концепция присутствия в социальных медиа в 2021 году.</p>	<p>Отчет о формировании визуальной концепции в социальных медиа объёмом не менее 1 п.л., включающий в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - визуальную концепцию; - дизайн макеты-постов; - руководство по применению визуальной концепции в социальных медиа (на электронном носителе).

		<p>стилистического оформления недопустимы заимствования графического оформления из ранее публично представленных другими организациями визуальных материалов. При разработке стилистического оформления должен быть выработан единый стиль, имеющий единую модульную сетку, цветовую гамму (совокупность цветов и оттенков, которые гармонируют между собой и официальным цветом организации заказчика), и правила использования шрифтов для заголовков, подзаголовков, основного текстового блока, списков. Необходимо использовать все начертания используемой заказчиком фирменной шрифтовой гарнитуры. Размер используемых шрифтов должен обеспечивать удобство восприятия текстовой информации при минимально допустимом размере экрана.</p> <p>При разработке стилистического оформления должно быть обеспечено восприятие Россотрудничества в информационном пространстве как:</p> <ul style="list-style-type: none"> - государственной организации – органа власти, решающего важные государственные задачи; - актора в системе международных отношений – организации, осуществляющей международное гуманитарное сотрудничество; - организации, ориентированной на молодое поколение – источника новых возможностей для молодёжи; - прогрессивной организации – организации, использующей современные технологии и инструменты. <p>Стилистическое оформление должно быть согласовано с Заказчиком до согласования визуальной концепции.</p> <p>На основе выбранного Заказчиком варианта стилистического оформления должны быть разработаны дизайн-макеты оформления страниц Россотрудничества и его представительств, в Facebook, Instagram, В Контакте (VK), Twitter (всего 8 дизайн-макетов), а также дизайн постов следующих видов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лонгрид (без привязки к социальной сети); - пост с несколькими картинками и объёмом текста 50-100 слов ((Facebook, Instagram, В Контакте (VK)) ; - пост с несколькими картинками и объёмом текста 10-50 слов (Facebook, Instagram, В Контакте (VK)); - видео пост (Facebook, Instagram, В Контакте (VK)); - пост с инфографикой (Facebook, Instagram, В Контакте (VK)); 		
--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - пост-цитата (Facebook, Instagram, В Контакте (VK)); - сториз (Facebook и Instagram); <p>всего 18 дизайн-макетов.</p> <p>В дизайн-макетах должно быть реализовано визуальное оформление структурирования материалов по темам.</p> <p>Визуальная концепция должна быть согласована с Заказчиком в течении 14 дней со дня заключения настоящего контракта.</p>		
<p>II.2. Разработка лонгридов по вопросам гуманитарного сотрудничества в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2021 году</p>	<p>Должна быть обеспечена разработка лонгридов по согласованному с Заказчиком списку информационных поводов. Для разработки лонгридов должен быть обеспечен сбор актуального контента по вопросам гуманитарного сотрудничества (не менее 1 п.л.).</p> <p>На основании отобранного актуального контента должны быть разработаны лонгриды (не менее 12 лонгридов).</p> <p>Для формирования каждого из лонгридов должны быть подготовлены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - текстовые материалы глубокой проработки (не менее 7000 знаков с пробелами, уникальность каждого теста должна быть не менее 90% и должна быть подтверждена одним из сервисов проверки текстов на уникальность); - медиа материалы, включающее не менее 5 фото или иллюстраций; - в лонгридах могут быть использованы видео-материалы, разработанные для Заказчика в рамках выполнения настоящего контракта (п. II.1). <p>Лонгриды должны быть сформированы в виде единого документа на основе дизайн-макетов (п. I.1) на русском и английском языках, выполнены в формате pdf и согласованы с Заказчиком и затем опубликованы в социальных сетях в виде одного или нескольких постов. График публикации должен быть согласован с Заказчиком в течение 14 дней со дня заключения Государственного контракта.</p> <p>Должно быть обеспечено не менее 10000 просмотров каждого лонгрида пользователями социальных медиа.</p>	<p>Разработаны и опубликованы лонгриды по вопросам гуманитарного сотрудничества.</p>	<p>Отчет о разработке лонгридов, объемом не менее 2 п.л., включающий в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результаты анализа, подтверждающего уникальность текста (на электронном носителе); - скриншоты публикаций Лонгридов в социальных медиа, подтверждающие количество просмотров (на электронном носителе); - тексты лонгридов; - материалы к лонгридам; - готовые лонгриды в формате pdf (на электронном носителе). 	
<p>II.3. Разработка</p>	<p>Должна быть разработана международная платформа коммуникационного взаимодействия</p>	<p>Разработана</p>	<p>Отчет о разработке</p>	

<p>и сопровождение Единой международной платформы коммуникационного взаимодействия в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2021 году</p>	<p>(далее - Коммуникационная платформа), включающая:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработку и внедрение диджитал-стратегии коммуникационной платформы в 2021 году; - Внедрение и сопровождение системы управления коммуникационной платформой. - Контент сопровождение. - Комплекс мероприятий по продвижению контента Россотрудничества на коммуникационной платформе. <p>Коммуникационная платформа должна быть реализована на основе Визуальной концепции присутствия в социальных медиа постов (п. П.1).</p> <p>Коммуникационная платформа должна охватывать следующие аккаунты в социальных сетях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аккаунты центрального аппарата Россотрудничества в Facebook, Instagram, ВКонтакте (VK), Twitter а также Youtube или иной, согласованной с Заказчиком социальной сети, специализирующейся на видео-контенте (далее видео-канале) или аккаунты созданные им на замену (далее базовые аккаунты Заказчика); - аккаунты в Facebook, Instagram, ВКонтакте (VK) представительств Россотрудничества за рубежом, личные аккаунты руководителя и заместителей руководителя Россотрудничества, аккаунты проектов и программ Россотрудничества, иные, связанные с Россотрудничеством аккаунты вовлеченного окружения в социальных медиа, а также новые тематические аккаунты в Facebook, Instagram, ВКонтакте (VK), которые будут созданы в ходе выполнения настоящего контракта (далее дополнительные аккаунты Заказчика). - технические аккаунты для автоматического репоста, на них контента Заказчика, которые должны быть созданы Исполнителем в рамках выполнения настоящего контракта (далее технические аккаунты Заказчика). <p>Все выше перечисленные аккаунты далее по тексту – аккаунты Заказчика.</p> <p>Разработанная в рамках создания коммуникационной платформы Диджитал-стратегия должна включать в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - первичный анализ поисковых запросов, приводящих на сайты и социальные сети Заказчика, а также на сайты и социальные сети иностранных организаций, имеющих схожие с Заказчиком 	<p>международная единая платформа коммуникационного взаимодействия по вопросам гуманитарного сотрудничества</p> <p>Обеспечено сопровождение международной платформы коммуникационного взаимодействия</p>	<p>и сопровождении международной единой платформы коммуникационного взаимодействия, объемом не менее 12 п.л., включающий в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - диджитал-стратегию; - базу данных аккаунтов Заказчика; - Паспорт системы управления коммуникационной платформы; - отчет о создании аккаунтов и их контент-сопровождении (на электронном носителе); - документы, подтверждающие контент-наполнение аккаунтов; - ежемесячные контент-планы (на электронном носителе); - еженедельные контент-планы с макетами сообщений (на
--	---	--	--

		<p>функции (список данных организаций должен быть согласован с Заказчиком до предоставления Digital-стратегии);</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ социальных медиа иностранных организаций, имеющих схожие с Заказчиком функции; - первичный анализ аудитории сайта Заказчика, совершившей переход из социальных сетей; - первичный анализ ранжирования, по ключевым словам, (не менее 50 слов, список согласуется с Заказчиком); - первичный анализ целевых аудитории единой платформы коммуникационного взаимодействия, сегментацию имеющейся аудитории Россотрудничества по: географическому признаку, возрасту, полу, владению языками, профессии, политическим предпочтениям, по тематическим интересам, образу жизни с целью планирования целевых сообщений и настройки таргетированной рекламы (в соответствии с законодательством, требованиями и ограничениями социальных сетей в части персональных данных); - принципы ведения и работы с целевыми аудиториями; - глобальные цели и задачи платформы коммуникационного взаимодействия; - цели и задачи работы платформы коммуникационного взаимодействия на период Государственного контракта; - средства и инструменты автоматизации работы с контентом; - список тем для контента видео-канала; - список экспертов и лидеров общественного мнения для организации информирования ими целевой аудитории о работе Россотрудничестве; - список тематических дополнительных аккаунтов Заказчика для создания в рамках данного контракта; - список ресурсов для создания в них технических аккаунтов; - список ресурсов для продвижения в них контента Заказчика; - список пользовательских действий и сообщений для настройки автоматизированной реакции на них; - план работы на 2020 год <p>Диджитал-стратегия должна быть согласована с Заказчиком в течении 21 дня со дня заключения Государственного контракта.</p>		<p>электронном носителе);</p> <ul style="list-style-type: none"> - методические указания и инструкции для подготовки видеоматериалов представительствам и Россотрудничества (на электронном носителе); - положения о специальных интерактивных акциях. - База данных рассылок приглашений (на электронном носителе); - отчёт о размещении контента заказчика в дружественных интернет сообществах приглашений (на электронном носителе); - отчёт о размещении контента заказчика на глобальных, тематических и специализированных интернет-
--	--	--	--	--

		<p>Должно быть реализовано внедрение и сопровождение системы управления коммуникационной платформой В системе управления коммуникационной платформой должны использоваться средства автоматизации синхронной публикации, отложенной публикации по таймеру, таргетированной рекламы. Все используемые сервисы автоматизации должны располагаться на российских серверах, иметь сертифицированную защиту и соответствовать Законодательству Российской Федерации и стран присутствия Россотрудничества в области защиты персональных данных.</p> <p>Система управления коммуникационной платформой должна обеспечивать автоматизированное контент сопровождение всех аккаунтов Заказчика.</p> <p>Аккаунты в данных сервисах должны быть зарегистрированы с использованием двухфакторной аутентификации на предоставленные Заказчиком адреса электронной почты и номера мобильных телефонов. Сервисы автоматизации должны быть согласованы с Заказчиком в рамках Диджитал-стратегии. После выполнения Государственного контракта должно быть обеспечено прекращение доступа Исполнителя и связанных с ним организаций и людей к аккаунтам, созданным на данных сервисах.</p> <p>Должен быть создан паспорт системы управления коммуникационной платформой, содержащий информацию о серверах расположения системы управления (физические и интернет адреса, используемое программное обеспечение), аккаунтах Заказчика и Исполнителя</p> <p>в системе управления с указанием их реквизитов доступа и пользовательских прав.</p> <p>Должно быть обеспечено сопровождение коммуникационной платформой с использованием системы управления в режиме 24 часа в сутки, 7 дней в неделю.</p> <p>В рамках сопровождения коммуникационной платформы должно быть обеспечено:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка и согласование ежемесячных контент-планов, еженедельных контент-планов сопровождения базовых аккаунтов с макетами сообщений, еженедельных планов перепостов из базовых аккаунтов в дополнительные и технические аккаунты; - заполнение базовых аккаунтов Заказчика в соответствии с параметрами социальной сети; - публикация контента – создание уникальных (авторских) информационных сообщений и их публикация в базовых аккаунтах Заказчика; - создание новых дополнительных аккаунтов Заказчика 	<p>ресурсах (на электронном носителе); отчёт об использовании платных инструментов (на электронном носителе).</p>
--	--	--	---

		<p>в используемых социальных сетях;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выборочный перепост контента из базовых аккаунтов Заказчика в дополнительные аккаунты Заказчика; - создание технических аккаунтов Заказчика; - выборочный перепост контента из базовых аккаунтов Заказчика в технические аккаунты Заказчика; - проведение специальных интерактивных акций; - модерирование аккаунтов Заказчика. <p>Если какие-то из социальных медиа Заказчика, где работают базовые аккаунты Заказчика в период действия Государственного контракта или на момент его заключения прекращают свою работу, либо условия их работы изменены в той степени, что это препятствует достижениям целей настоящего контракта, должно быть обеспечено отключение аккаунтов в этих сетях от системы управления, создание новых аккаунтов Россотрудничества в иных социальных медиа, в том числе разработаны дизайн-макеты постов на основе Визуальной концепции (п. II.1) (не позднее 7 дней с момента заявки Заказчика). При этом общее число базовых аккаунтов Заказчика – не более 5, из которых одно социальное медиа, должно быть специализировано на видео-контенте (видео-канал).</p> <p>Все публикуемые материалы должны быть адаптированы под запросы и особенности социальной сети. Контент-сопровождение базовых аккаунтов Заказчика в Facebook, В Контакте (VK), Instagram и Twitter включает в себя не менее 20 постов в неделю в каждый из аккаунтов, в том числе не менее 20 постов в месяц в формате сторис для Facebook и Instagram, включая выходные и праздничные дни.</p> <p>В рамках контент сопровождения базовых аккаунтов должно быть реализовано:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ежемесячный анализ аудитории, фильтрация негативно настроенных и неконструктивных новых подписчиков по их комментариям, используемым ими хэштэгам, их участию в группах и подписках, обновление базы-данных аудитории; - разработку уникальных сообщений для целевой аудитории страницы; - разработку рубрикатора, визуальное оформление структурирования материалов по темам; - подготовку и размещение контента в рамках согласованного рубрикатора; - SEO-оптимизация публикуемых текстов; - подготовка фото-контента либо иллюстраций для публикаций, осуществление коррекции фотоматериалов для устранения дефектов тусклости, засветов, 		
--	--	---	--	--

		<p>искажения цветов и пр.;</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка и размещение инфографических материалов (для не более 4 публикаций в месяц); - подготовка видео или анимированного контента (для не более 2 публикаций в месяц, продолжительностью не менее 10 секунд), осуществление коррекции видеоматериалов для устранения дефектов тусклости, засветов, искажения цветов и пр.; - размещение адаптированных под социальные сети материалов с официального сайта Заказчика (не менее 1 ежедневно); - размещение прямых трансляций или репортажей мероприятий Заказчика, проходящих на территории Российской Федерации (не более 12 прямых трансляций/репортажей). <p>Должно быть обеспечено оперативное размещение перепостов новостной информации и тематических публикаций с других ресурсов на основе ссылок, направленных представителями Заказчика электронной почтой или через Интернет-мессенджеры.</p> <p>Контент-сопровождение видео-канала включает в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стилистическое оформление видео-канала на основе визуальной концепции (п. II.1) - подготовка уникального видео контента для видео-канала (не менее 12 уникальных видео-роликов на русском и английском языках продолжительность 60-180 секунд каждый по согласованным с Заказчиком сценариям, темы видео-контента согласуются в рамках диджитал-стратегии). - публикацию не менее 2 и не более 5 уникальных постов в месяц; - подготовка методических указаний и инструкций для подготовки видео-материалов представительствами Россотрудничества; - использование видео-контента, подготовленного в рамках данного Контракта для других базовых аккаунтов; - размещение иных видео материалов Заказчика; <p>Заказчик может передавать исполнителю различную текстовую и графическую информацию для использования Исполнителем при подготовке контента, а Исполнитель обязан использовать данную информацию, либо информировать Заказчика о причинах, по которым данная информация не может быть использована.</p> <p>При подготовке контента недопустимо визуальное искажение представленных на них лиц и фигур идентифицируемых людей, в том числе обрезание, наложение графических элементов</p>		
--	--	---	--	--

		<p>на изображение человека, иные манипуляции с изображением, которые могут быть трактованы как портящие имидж и репутацию, представленного человека. При этом допустимо искажение, размытие, наложение элементов и другие манипуляции с лицами и фигурами, если они представлены в настолько маломасштабном виде, что представленные на материалах люди не могут быть однозначно идентифицированы.</p> <p>Размещаемые материалы должны быть представлены на русском и иностранных языках, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не менее 6 материалов в месяц в Facebook и Instagram должны быть переведены на английский язык; - не менее 6 материалов в месяц в Facebook и Instagram должны быть переведены на испанский язык; - не менее 6 материалов в месяц в Facebook и Instagram должны быть переведены на арабский язык; - допускается одновременное использование нескольких языков для форматов с несколькими перелистываемыми изображениями, где одно и то же изображение на каждом слайде имеет надписи на разном языке. - материалы в сети В Контакте (VK) публикуются только на русском языке. - материалы в видео-канале публикуются на русском и английском языках. <p>Должно быть обеспечено создание новых дополнительных тематических аккаунтов в используемых Заказчиком социальных сетях Facebook, Instagram, В Контакте (VK) (не более 4 аккаунтов). Новые аккаунты должны быть реализованы с учётом визуальной концепции (п. II.1) и интегрированы в систему сквозного управления аккаунтами Заказчика. Список тематических аккаунтов и сроки введения их в эксплуатацию должны быть согласованы с Заказчиком в рамках диджитал-стратегии.</p> <p>Должен быть создан канал Россотрудничества в мессенджере Telegram и обеспечен перепост в него контента из базовых аккаунтов Заказчика в объёме не менее одного поста в день. Сроки введения их в эксплуатацию канала в Telegram, должны быть согласованы с Заказчиком в рамках диджитал-стратегии.</p> <p>Должно быть обеспечено создание технических аккаунтов Заказчика в различных социальных сетях, в том числе должны быть использованы международные социальные сети (tumblr, flickr, snapchat и др.), интернет-чаты (WeChat и др.), деловые социальные сети (LinkedIn, E-xecutive.ru и др.), Friendfeed, Tictok, Likee, платформы работы с отзывами и вопросами, научно-образовательные сообщества, музыкальные сообщества,</p>		
--	--	---	--	--

		<p>видео-сообщества, сообщества по теме фотография и дизайн, фотостоки, сообщества о книгах и литературе, сообщества о путешествиях и отдыхе, сообщества о здоровье и спорте, женские и мужские тематические ресурсы, игровые сообщества, объявления на досках объявлений, рекомендательные социальные сети, мобильные социальные сети, закрытые социальные сети, и др. (далее тематические ресурсы). В скобках приведены примеры для иллюстрации направленности тематических ресурсов, но список конкретных тематических ресурсов (не менее 50 ресурсов) должен быть согласован и утверждён Заказчиком в рамках диджитал-стратегии. При создании технических аккаунтов должно быть обеспечено размещения в них логотипа и названия Заказчика для возможности идентификации пользователями принадлежности данных аккаунтов. По согласованию с Заказчиком в технических аккаунтах Заказчика могут быть отключены возможности комментирования. В рамках контент сопровождения дополнительных и технических аккаунтов Заказчика платформы должно быть реализовано:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведение виртуальных флэшмобов (не менее 3 флэшмобов, с участием не менее 1000 пользователей); - проведение опросов, связанных с деятельностью Заказчика (не менее 10 опросов); - проведение конкурсов, стимулирующих гражданскую онлайн-журналистику (написание эссе и/или проведение фото расследований и/или иных акций), инициирующих пользователей генерировать контент, связанный с деятельностью Заказчика (не менее 7 акций инициации, с участием не менее 100 пользователей в каждой); - организация онлайн горячих линий на тематических комьюнити (не мене 2 линий). - организация размещения информационных сообщений для повышения качества информирования целевой аудитории о работе Россотрудничестве дружественными российскими и зарубежными экспертами и лидерами общественного мнения (список экспертов согласуется с Заказчиком в рамках диджитал-стратегии), в том числе должно быть опубликовано не менее 10 материалов в аккаунтах экспертов или лидеров общественного мнения, широко представленных в медийном поле (журналисты, писатели, общественные деятели, спортсмены, музыканты, лидеры бизнеса), имеющие не менее 10 000 подписчиков в любой из социальных сетей. <p>Должна быть предусмотрена система премирования аудитории за участие в интерактивных акциях Заказчика. Общая стоимость услуг для премирования аудитории Заказчика должна быть не меньше 100 000 (Ста тысяч) рублей, оплачивается Исполнителем</p>		
--	--	---	--	--

		<p>из собственных средств и подтверждается первичными бухгалтерскими документами. Сроки проведения интерактивных акций должны быть согласованы с заказчиком в рамках ежемесячных контент-планов. Положение о каждой из специальных интерактивных акций, содержащее сценарий, повестку, состав участников, состав экспертов и других привлечённых специалистов, систему премирования, а также иные параметры этих акций, должно быть согласовано с Заказчиком не менее чем за 2 недели до проведения акции. Должна быть обеспечена публикация материалов, связанных с объявлением начала, ходом реализации и итогами каждой акции.</p> <p>Должно быть обеспечено модерирование базовых аккаунтов Заказчика, включающее в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - удаление спама; - работа с негативом; - работа с позитивом; - ответы на вопросы и комментарии аудитории; - стимулирование онлайн дискуссий и их модерирование (не менее 5 дискуссий ежемесячно). - автоматизированное модерирование, настройка типовых ответов на типовые вопросы пользователей, настройка типовых сообщений в случае типовых действий пользователей. <p>Должно быть обеспечено модерирование дополнительных и технических аккаунтов Заказчика, включающее в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - удаление спама; - автоматизированное модерирование, настройка типовых сообщений в случае типовых действий пользователей. <p>Должно быть обеспечено продвижение контента Заказчика по следующим направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработка развитие и модернизация хэш-тегов в социальных сетях (не менее 50 хэш-тегов); - рассылка приглашений вступить в группы либо подписаться на аккаунты Россотрудничества потенциальной аудитории (по согласованию с Заказчиком); - организация размещения контента Россотрудничества в дружественные интернет сообщества, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> • аккаунты объединений соотечественников за рубежом (не менее 80 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); • аккаунты объединений иностранных граждан, изучающих русский язык, 		
--	--	--	--	--

		<p>русскую культуру и др. (не менее 80 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт).</p> <ul style="list-style-type: none"> • аккаунты объединений иностранных граждан обучающихся или ранее обучавшихся в российских и советских вузах (не менее 80 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); • аккаунты партнёрских российских и зарубежных некоммерческих и неправительственных организаций (не менее 100 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); • аккаунты дружественных Россотрудничеству российских и зарубежных лидеров общественного мнения (не менее 80 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); • аккаунты международных мероприятий и программ, в которых Россотрудничество является соорганизатором, либо принимает участие (не менее 10 аккаунтов, не менее 1 репоста в месяц в каждый аккаунт); <ul style="list-style-type: none"> - организация позитивных постов о Россотрудничестве дружественными российскими и зарубежными экспертами (не менее 2 в месяц); - организация подписок аккаунтов Россотрудничества на дружественные аккаунты и на потенциальных подписчиков (в объёме ежесуточных лимитов каждой из социальных сетей, в которой ведётся работа); <p>Список дружественных ресурсов, где осуществляется продвижение, должен быть согласован с Заказчиком. Заказчик может направлять информацию о дружественных ресурсах для их включения в данный список.</p> <p>Должно быть организовано дополнительное размещение контента Заказчика на интернет-ресурсах, в которых работают базовые и технические аккаунты Заказчика. Данное размещение в целях продвижения должно быть не в аккаунтах Заказчика, а в иных аккаунтах в этих социальных сетях. Исполнитель должен осуществлять самостоятельную коммуникацию с владельцами аккаунтов, достигая договорённости о данных размещениях. В общей сложности на тематических ресурсах за пределами аккаунтов Заказчика должно быть опубликовано не менее 800 сообщений, в том числе реализовано:</p> <ul style="list-style-type: none"> - написание и редактирование статей для Wikipedia (не менее 5); - внедрение тематических ссылок в существующие статьи на Wikipedia (не менее 50); - продвижение видео в социальных сетях, специализирующихся на видео (12 роликов, 		
--	--	---	--	--

		<p>подготовленных для видео-канала, каждого на 5 площадках);</p> <ul style="list-style-type: none"> - продвижение фото на фото-сайтах (не менее 200 фотографий); - размещение на сайтах (блогах) уникального бесплатного контента – Лонгридов (п. П.2) (не менее 12 лонгридов, каждого на 10 площадках); - отмечание пользователей на контенте с персонами; - привязка контента к географической точке на гео-сервисах (GoogleMaps, и т.д.); - Написание гостевых постов для близких по тематике сообществ (не менее 100 постов); - продвижение через сервисы профессиональных связей (МойКруг, LinkedIn); - продвижение через интернет-журналы и каталоги статей (не менее 30 публикаций). <p>Перечень тематических ресурсов для продвижения должен быть согласован с Заказчиком в рамках диджитал-стратегии, сроки публикации должны быть согласованы с Заказчиком в рамках ежемесячных контент-планов.</p> <p>Должно быть обеспечено использование платных инструментов продвижения контента, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> - таргетированная реклама в социальных сетях; - медийная реклама в социальных сетях; - размещение объявлений в социальных сетях; - ретаргетинг (показ рекламы только тем пользователям, которые совершили на аккаунтах заказчика какое-либо действие); - приобретение сообщений в каналах мессенджеров. <p>Заказчиком должен быть согласован список и объёмы использования платных инструментов продвижения в объёмах, необходимых для соблюдения целевых показателей настоящего контракта. Расходы на платные инструменты продвижения должны осуществляться Исполнителем из собственных средств. При этом общий объём средств на платное продвижение контента Заказчика должен быть не менее 200 000 (двухсот тысяч) рублей и подтверждается первичными бухгалтерскими документами.</p> <p>В рамках продвижения контента Россотрудничества, должно быть организовано Развитие партнерства с владельцами мобильных приложений, в том числе направление владельцам тематических приложений (по согласованию с Заказчиком) приглашений к сотрудничеству.</p>		
	<p>П.4. Проведение анализа эффективности</p>	<p>Исполнителем должен быть проведен ежемесячный анализ эффективности контент-сопровождения и продвижения единой платформы коммуникационного взаимодействия (п. П.3).</p>	<p>Проведен анализ эффективности</p>	<p>Отчет об анализе эффективности контент-сопровождения и</p>

<p>контент-сопровождения и продвижения коммуникационной платформы в рамках расширения информационного присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2021 году</p>	<p>Ежемесячный анализ должен включать в себя детальный анализ эффективности проведенных Исполнителем работ на единой платформе коммуникационного взаимодействия.</p> <p>Анализ предполагает сбор статистической информации с последующим анализом по следующим показателям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ поисковых запросов, приводящих на сайты и социальные сети Заказчика, а также на сайты иностранных организаций, имеющих схожие с Заказчиком функции; - анализ аудитории (прямые посещения, переходы из поисковых систем, рефералы); - анализ ранжирования, по ключевым словам, (не менее 50 слов, список согласуется с Заказчиком); - анализ целевых аудитории единой платформы коммуникационного взаимодействия, сегментацию имеющейся аудитории Россотрудничества по: географическому признаку, возрасту, полу, владению языками, профессии, политическим предпочтениям, по тематическим интересам, образу жизни с целью планирования целевых сообщений и настройки таргетированной рекламы (в соответствии с законодательством, требованиями и ограничениями социальных сетей в части персональных данных) - выполнение плана работы на текущий отчетный период; - анализ средств и инструментов автоматизации работы с контентом; - анализ эффективности проведенных специальных акций; - анализ эффективности модерации коммуникационной платформы; - достижение целей и реализация задач коммуникационной платформы; - достижение целей и реализация задач коммуникационной платформы на текущий период. <p>По итогам проведенных работ Исполнителем должны быть сформированы ежемесячные и итоговая за 2021 год аналитические справки по следующим показателям:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Количество подписчиков (динамика подписок и отписок); - Темп роста аудитории Заказчика; - Количество просмотров контента Заказчика; - Уровень привлекательности (Лайки / Подписчики * 100 %); - Уровень общительности (Комментарии / Подписчики * 100 %); - Коэффициент вовлеченности по охвату (количество вовлечений (лайки + репосты + комментарии) / охват * 100 %); 	<p>контент-сопровождения и продвижения коммуникационной платформы</p> <p>Предоставлены ежемесячные отчеты об изменениях в базе данных аудитории.</p> <p>Подготовлены ежемесячные аналитические справки.</p> <p>Подготовлена итоговая аналитическая справка.</p>	<p>продвижения коммуникационной платформы, объемом не менее 1,5 п.л., включающий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ежемесячные отчеты об изменениях в базе данных аудитории (на электронном носителе); - обновлённая база данных сегментированной аудитории (на электронном носителе). - ежемесячные аналитические справки (на бумажном и электронном носителе); - итоговая аналитическая справка (на бумажном и электронном носителе)
---	---	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Уровень вовлеченности в пересчете на пост (количество вовлечений (лайки + репосты + комментарии на 1 пост / количество подписчиков на дату публикации * 100 %). - Цена за целевое действие (Cost Per Action), (клик на материал, переход в группу, вступление в группу, лайк, переход на сайт, репост и др.), совершённое в следствие рекламной компании; - Объем трафика на сайты Заказчика из социальных сетей. - Рейтинг наиболее популярных публикаций. - Рекомендации по корректировке работы. <p>Ежемесячные аналитические справки и итоговая за 2020 год аналитическая справка должны быть оформлены графиками и диаграммами, представлена в формате .pptx (не менее 7 слайдов). Ежемесячная аналитическая справка предоставляется ежемесячно посредством электронной почты, по адресам, определенным Заказчиком. Итоговая аналитическая справка должна обобщать ежемесячные справки, содержать итоговые выводы.</p>		
	<p>II.5. Продвижение аккаунтов Заказчика в социальных сетях в рамках расширения информационно го присутствия и распространение в мире объективной информации о России в социальных медиа в 2020 году</p>	<p>Должно быть обеспечено продвижение аккаунтов Заказчика (п. II.3) в социальных сетях, включающее в себя увеличение количества подписчиков (для в Facebook, В Контакте (VK) и Instagram и видео-канал совокупно на не менее чем 600 подписчиков в месяц).</p> <p>Должно быть обеспечено соблюдение следующих целевых показателей и индикаторов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Количество просмотров 60 000 в месяц совокупно на все посты во всех базовых аккаунтах Заказчика; - Уровень привлекательности (3 %); т.е. 3% подписчиков всех аккаунтов Заказчика должны совершить хотя бы одну реакцию (лайк) по отношению к одному посту Заказчика; - Уровень общительности (1 %), т.е. 1% подписчиков всех аккаунтов Заказчика должны совершить хотя бы одно действие (комментарий или репост) по отношению к одному посту Заказчика; - Уровень вовлеченности в пересчете на пост от количества просмотров, полученных по рекламе (0,1%) т.е. 0,1% посмотревших каждый пост в результате рекламной компании, должны совершить реакцию (лайк или репосты ил комментарий). - Цена за целевое действие (Cost Per Action), (клик на материал, переход в группу, 	<p>Осуществлено продвижение аккаунтов Заказчика в социальных сетях.</p> <p>Достигнуты Целевые показатели и индикаторы присутствия в социальных медиа.</p>	<p>Отчёт о продвижении аккаунтов в социальных медиа и достижении целевых показателей и индикаторов присутствия в социальных медиа, объёмом не менее 1 п.л., включающий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ежемесячный отчёт о выполнении целевых показателей (на бумажном и электронном носителе); - итоговый отчёт о выполнении целевых показателей (на

		<p>вступление в группу, лайк, переход на сайт, репост и др.), совершённое вследствие рекламной компании (не более 50 российских рублей или эквивалента этой суммы в иностранной валюте в пересчёте на российский рубль по курсу на день оплаты);</p> <p>Исполнитель не должен использовать накрутки, ботов, приобретение сообщений блоггеров на биржах, и иные технологии, искажающие реальные целевые показатели и индикаторы. В ходе выполнения работ должны быть подготовлены ежемесячные отчёты о выполнении целевых показателей.</p> <p>По результатам выполнения работ должен быть предоставлен итоговый отчёт о выполнении целевых показателей.</p>		<p>бумажном и электронном носителе).</p>
--	--	--	--	--