**ООО «РН-Лояльность»**

**Отдел рекламы и коммуникаций**

**Управления маркетинга**

**Техническое задание**

**Оказание услуг по производству и размещению рекламных материалов на щитах наружной рекламы в Мурманске и Мурманской области**

**для нужд ООО «РН-Лояльность»**

**О проекте**

На АЗК/АЗС Роснефть и ТНК запускается единая программа лояльности (единый брендинг, единое предложение) для физических лиц. В основе программы лояльности лежит партнерская программа с бонусной механикой.

Предложение программы лояльности для физических лиц основано на идее «Ближний круг»: клиенту выдается единая упаковка с описанием программы лояльности и с 3 (Тремя) картами (Одна основная и две дополнительные), которые дают возможность каждому держателю одной из трех карт аккумулировать накопления бонусных баллов на одном счете.

Основная карта – предоплаченная банковская карта (кобрендинг с Банком «ВБРР» (АО), которую можно пополнять и использовать для безналичных расчетов. Накопленными баллами можно оплатить топливо и любые сопутствующие товары и услуги в сетях АЗК/АЗС Роснефть и ТНК. Комплекты из трех карт дистрибутируются только на АЗК/АЗС Роснефть и ТНК.

**Целевая аудитория проекта:**

Мужчины 80%, женщины 20%.

Ядром целевой аудитории являются мужчины-водители от 25 до 50 лет, большинство из них (75%) состоят в браке, в семье, как правило, 3 человека (38%) или 4 человека (32%).

**Цель коммуникации:**

* Проинформировать потребителей о появлении нового продукта в регионе запуска;
* «Проводить» ЦА в точки продаж (АЗК/АЗС).

**Регионы оказания услуг:**

* г. Мурманск и Мурманская область

**Плановые сроки начала и окончания оказания услуг:**

Начало оказания услуг: 01.06.2017

Окончание оказания услуг: 30.06.2017

**Задачи агентства:**

* Подбор адресной программы с соотношением сторон A/B и статика/динамика – 70/30%, допускается замена не более 20% рекламных поверхностей от адресной программы, предложенной в рамках Закупочной документации;
* Бронирование рекламных поверхностей в соответствии с утвержденной адресной программой и установленными сроками;
* Согласование рекламных материалов с сейлерами;
* Предпечатная подготовка макетов, в том числе ресайзы под требуемые размеры;
* Печать на виниловом постере, полотно Frontlit Konflex, непрозрачное, плотность 450-600 г/м2, либо бумаге в зависимости от типа конструкции;
* Доставка рекламных материалов до места монтажа, монтаж, демонтаж, утилизация рекламных материалов;
* Контроль реализации рекламной кампании в наружной рекламе, предоставление отчетной документации и оценка эффективности по итогам рекламной кампании.

**Предпочитаемые форматы:**

**СТАТИКА - 70% адресной программы:**

* Крупные отдельно стоящие рекламные носители: суперсайты, суперборды: 15х5; 12х5; 12х4; 12х3 м и больше[[1]](#footnote-1).
* Брендмауэр – рекламное полотно, смонтированное на торцевой стене здания, расположенного близ оживленных трасс в черте города. Площадь брандмауэра определяется размерами стен зданий и сооружений, на которых он смонтирован.
* Биллборд 6х3 м; 4х3.

**ДИНАМИКА - 30% адресной программы:**

* Цифровой биллборд (Digital-экран) – отдельно стоящая светодиодная (LED) панель размером 6х3 4х3, 15х5; 12х5; 12х4; 12х3 м и больше, обладающая высоким разрешением, расположенная в черте города вдоль оживленных трас.
* Скроллер (ситиборд) – отдельно стоящая рекламная конструкция размером 3,7х2,7 м с внутренней подсветкой, расположенная в черте города.
* Призматрон (тривижн) - отдельно стоящая рекламная конструкция, размером 6х3 м; 4х3 и больше, оснащённая механизмом, который осуществляет поворот вертикальных призм поверхность каждой из которых несёт часть целого изображения.

**Приоритетные направления:**

* Гео-привязка к АЗК/АЗС Роснефть и ТНК для 80% поверхностей, предложенных в рамках Адресной программы размещения наружной рекламы;
* Размещение рекламного носителя на расстоянии до 1-3 км до АЗК/АЗС в черте города по ходу движения, на расстоянии 5-10 км до АЗК/АЗС в области.

**Количество поверхностей:**

* г. Мурманск и Мурманская область

**ИТОГО 26 поверхностей.**

На основе настоящего Технического задания участнику закупочной процедуры необходимо:

1. Подготовить Адресную программу по форме Приложения №2 к настоящему Техническому заданию. В столбце «Регион/Город» вносится название города (например, Мурманск), если конструкция находится в черте города. Для конструкций, размещенных в области, указывается название области и название ближайшего населенного пункта соответствующее месту расположения рекламной конструкции (например, Мурманская область, п. Зеленоборский).
2. Создать «Яндекс Карту», на которую нанести все АЗК/АЗС Роснефть и ТНК из списка АЗК/АЗС (Приложение № 1 «Список АЗК/АЗС» к Техническому заданию) и все рекламные поверхности, подобранные согласно требований Технического задания. Активную ссылку вставить в ячейку в Адресной программе, отмеченную зеленым цветом.
3. Адресную программу, составленную согласно Приложения №2 приложить к Технической части заявки Участника закупочной процедуры.
4. Приложить архивный файл с фотографиями каждой рекламной конструкции к Технической части заявки Участника закупочной процедуры. Имена файлов с фотографиями рекламных конструкций должны соответствовать номеру конструкции, указанному в Приложении №2 «Адресная программа» (например, «1.jpg» и так далее согласно количеству рекламных поверхностей, заявленных в Адресной программе).

Все цены в коммерческом предложении должны быть указаны с учетом НДС 18%, в связи с заключением договора оказания услуг.

Приложения:

1. Список АЗК/АЗС;
2. Адресная программа.

|  |  |
| --- | --- |
| Начальник Отдела рекламы и коммуникаций Управления маркетинга  ООО «РН - Лояльность» | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ Голубева А.А./ |

1. Исключая рекламные поверхности на фасадах жилых строений, где расположено более двух рекламных сообщений. [↑](#footnote-ref-1)