**TEKNİK ŞARTNAME**

**İŞİN ÇEŞİDİ:** İletişim Ajansları

**İŞİN NİTELİĞİ:** Yaratıcı Üretim, Medya Stratejisi ve Planlaması, Kurumsal İletişim Stratejisi & Basın ve Halkla İlişkiler Danışmanlığı

**İŞİN ÖZEL ADI:** İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Ajansları İhalesi

**İŞİN KONUSU:** İstanbul Bilgi Üniversitesi’nin kuruma dair iletişim çalışmalarını daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak amacıyla, 3 ana alanda çalışmaların yapılması:

1. Yaratıcı Üretim: BİLGİ’nin ana marka ve alt markalarına dair iletişim stratejilerini oluşturmak, bu stratejileri hayata geçirmek üzere fikir geliştirmek, uygulama alanlarını ve araçlarını belirlemek ve ilgili tasarım ve çalışmaları hazırlamak
2. Medya Planlama ve Stratejisi: Ana stratejiye uygun, tüm konvansiyonel medya, dijital medya ve interaktif iletişim faaliyetlerinin televizyon, radyo, gazete, dergi, internet, sinema, iç ve dış mekanlar, açık hava gibi alanlarda planlanması, verilen onaylara göre uygulanması, yürütülmesi, yayınlanması, kontrolü, ekip yönetimi, strateji sunumlarının yapılması, analiz raporlarının yapılması ve sunulması işi ile ilgili gerekli tüm hizmetleri sağlamak.
3. Kurumsal İletişim & Basın ve Halkla İlişkiler Danışmanlığı: İstanbul Bilgi Üniversitesi’nin ana marka ve alt markalarına dair iletişim stratejilerini oluşturmak, bu stratejileri hayata geçirmek üzere fikir geliştirmek, basına yönelik planlamaları yaparak marka bilinirliğini artırmak. BİLGİ için iletişim faaliyetlerinin televizyon, radyo, gazete, dergi, internet ortamlarında planlamak, verilen onaylara göre uygulamak, yürütülmesi, yayınlanması, kontrolü, kriz iletişimi, kurumsal kimliğe uygun basın ilişkilerinin yürütülmesi, itibar yönetimi, strateji sunumlarının yapılması, analiz raporlarının yapılması ve sunulması işi ile ilgili gerekli tüm hizmetleri sağlamak.

**İŞİN SÜRESİ**: 2 (iki) yıl

Şartnamede;

* İstanbul Bilgi Üniversitesi, BİLGİ
* Satın alınması yapılacak iş, HİZMET
* HİZMET kullanımı ile ilgili teklif veren kuruluş, AJANS

olarak anılacaktır.

ÖN KOŞULLAR

* İhaleye konsorsiyum veya iş ortaklığı olarak teklif verebilirler
* AJANS istediği hizmet/hizmetler için ayrı ayrı teklif vermelidir
* Söz konusu ajansın aynı tüzel kişilikle en az 2 yıldır aktif durumda olması
* Referansları içinde mutlaka sağlık, tüketim ürünleri, bankacılık sektörlerinden en az bir sektörde bilinen firmaların olması
* Vergi, harç ve benzeri giderler ilgili AJANS tarafından karşılanacaktır. (KDV Hariç)
* Alınması planlanan hizmete ait ilgili ekip kadrolarının aşağıdaki nitelikleri karşılaması gerekmektedir.
* İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından verilen Brief doğrultusunda hazırlanacak sunum iletilmelidir.

**Yaratıcı Üretim**

* Kreatif Direktör
* Müşteri İlişkileri Direktörü
* Müşteri İlişkileri Süpervizörü
* Müşteri İlişkileri Temsilcisi
* Yaratıcı Ekip Lideri / Sr. Art Direktör
* Art Direktör
* Reklam Yazarı
* Grafiker

**Medya Stratejisi ve Planlama**

* Genel Müdür Yardımcısı
* Grup Direktörü (Müşteri Çözüm)
* Marka Müdürü/Direktörü (Müşteri Çözümleri)
* Marka Müdürü/Direktörü (Dijital)
* Müşteri Temsilcisi
* Dijital Planlama Yöneticisi

**Kurumsal İletişim Stratejisi & Basın ve Halkla İlişkiler Danışmanlığı**

* Grup Koordinatörü
* Marka Direktörü (İçerik)
* Marka Direktörü (Müşteri İlişkileri)
* Medya Direktörü
* Marka Yönetmeni\*2

**ALINMASI PLANLANAN HİZMETİN DETAYLI LİSTESİ**

**Ana hizmetler:**

1. Yaratıcı Üretim:

İstanbul Bilgi Üniversitesi entegre pazarlama stratejilerinin hazırlanması ve planlanması,

İstanbul Bilgi Üniversitesi’nden gelecek bilgilendirme ve briefler doğrultusunda hizmet/tanıtım/tematik/dönemsel/kitle hedefli ana iletişim çalışmalarının hazırlanması, BİLGİ ve alt markaları için kurumsal kimlik, logo ve marka tasarımlarının hazırlanması ve yeni ihtiyaçlar doğrultusunda düzenli güncellemelerin yapılması,

Sosyal medya stratejisinin belirlenmesi, sosyal medya kampanya fikirlerinin geliştirilmesi ve uygulanması

Verilen brief’lere uygun olarak, ana marka ve alt markalar için uygun ana iletişim kampanya önerilerinin getirilmesi

Yıl boyu 360 derece pazarlama iletişimi çalışmalarının hazırlanması ve değişen medya alışkanlıklarına uygun olarak yüksek erişim getirebilecek dijital içerik geliştirmek,

Ön lisans ve lisans kampanyaların oluşturulması ve dijital dahil olmak üzere tüm mecralardaki uygulamalarının hazırlanması,

İstanbul Bilgi Üniversitesi’nden gelecek hizmet tanıtımı/tematik/dönemsel broşürler, etkinlikler için duyurular, POP malzemeleri, hareketli sosyal medya görselleri ile dijital banner ve uyarlama tasarımının hazırlanması,

Resmi kanallardaki sosyal medya iletişimine dair tüm görsellerin hazırlanması,

Üniversite bünyesindeki promosyon malzemelerin tasarımlarının hazırlanması,

Bünyesi dışında yaptırılacak işler için gerekli üçüncü kişilerin seçimi ve koordinasyonunun yapılması.

1. Medya Stratejisi ve Planlama

Kurumun ve alt markalarına uygun medya ve iletişim stratejisini oluşturmak

Stratejik medya ve iletişim planları hazırlamak ve sunmak

BİLGİ’ye dair yaratıcı fikirler sunmak, gündemdeki yenilikleri, yeni medya uygulamaları hakkında bilgilendirmek

Yıllık veya dönemsel onaylanan iletişim planı satın almak, koordine etmek, yayına almak ve kontrol etmek

Mecra sahipleri ile görüşmeler yaparak, mümkün olan en avantajlı koşullarla satın alımlar yapmak, yayın rezervasyonlarını hazırlamak

Kampanya bazlı düzenli raporlama yapmak (haftalık, aylık, dönem sonu)

Rekabet ve sektör analizi sunumu hazırlamak

Medya performans takibi yapmak

Rakip yeni reklam kullanımı bilgilendirmesi paylaşmak

Gerçekleştirilen satın alma verimliliği ve etkinliği ile ilgili analizler yapmak

Google arama motoru üzerinden [Müşteri](http://www.bilg.edu.tr) sitesi için SEM (search engine marketing) hizmetleri vermek

Yıllık medya ortamı ve dinamikleri raporu hazırlamak

1. Kurumsal İletişim & Basın ve Halkla İlişkiler Danışmanlığı

İstanbul Bilgi Üniversitesi entegre iletişim stratejilerinin hazırlanması ve planlanması,

BİLGİ’den gelecek bilgilendirme ve briefler doğrultusunda ana iletişim çalışmalarının hazırlanması,

Verilen brief’lere uygun olarak, ana marka ve alt markalar için medya ve iletişim stratejisinin geliştirilmesi ve uygulanması

Yıl boyu 360 derece iletişim çalışmalarının hazırlanması ve değişen medya alışkanlıklarına uygun olarak yüksek erişim getirebilecek geleneksel ve dijital medyaya uygun içeriklerin planlanması ve hayata geçirilmesi.

BİLGİ’ye dair yaratıcı fikirler sunmak, gündemdeki yenilikler, basındaki gelişmeler, yeni medya uygulamaları hakkında bilgilendirmek

Üst düzey yönetimin, akademik kadronun, öğrenci ve mezunların medya iletişiminin sağlanması,

Yıllık veya dönemsel onaylanan iletişim planının koordine edilmesi, yürütülmesi,

Belirlenen strateji doğrultusunda aylık, yıllık ve proje bazlı medya planlarının hazırlanması,

Markanın bilinirliğini ve basındaki görünürlüğünü artırmak,

Özel haber, röportaj, basın bülteni gibi araçlarla basın görünürlüğü elde edilmesi,

Kurum ile basın arasındaki ilişkinin güçlenmesi amacıyla informal etkinlikler düzenlenmesi, sözcüler ve hedef basın mensupları arasında ilişkilerin güçlendirilmesi,

Rekabet ve sektör analizinin yapılması,

BİLGİ ve belirlenen rakiplerle ilgili haberlerin günlük, aylık, yıllık raporlanması,

Yaratıcı proje bazında dönemsel iletişim planlarının oluşturulması,

Basın kriz yönetiminin yapılması,

Kriz yönetimi için önceden hazırlık yapılması, olası senaryolar üzerine alternatif hareket planları oluşturulması,

Krize yönelik kurumsal mesaj ve söylemlerin hazırlanması,

Kurum sözcülerine kriz iletişimi çerçevesinde eğitim verilmesi.

**Hizmet detayı:**

Ajans yükümlülükleri, BİLGİ’nin uygunluk vermesi çerçevesinde aşağıdaki hususları kapsamaktadır.

Ajans fonksiyonları ana kampanyalar ve genel iletişim için birlikte, koordineli bir şekilde çalışmayı taahhüt eder.

Yaratıcı Üretim:

BİLGİ’nin tüm geleneksel ve dijital mecralardaki entegre marka stratejisini belirlemek, buna uygun planlamaları yapmak, fikirler geliştirmek,

BİLGİ tarafından yazılı ve sözlü olarak iletilen brieflere uygun ana iletişim yaratıcı sunumları hazırlamak, projeler önermek, yaratıcı fikir sunmak,

BİLGİ tarafından ana iletişim dışındaki etkinlik, hizmet, kampanya gibi tüm iletişim konuları için, brieflere uygun 360 derece pazarlama iletişimi çalışmalarını ve BTL ve ATL her türlü materyal hazırlığını yapmak,

BİLGİ tarafından onaylanan tasarım çalışmalarının dijital ve geleneksek mecra için uygulamalarını hazırlamak,

BİLGİ resmi sosyal medya kanallarında paylaşmak üzere öneri getirmek, güncel medya kullanımlarına uygun, yüksek erişim hedeflenebilen, hareketli görsel çalışmalar dahil olmak üzere iletişim materyalleri hazırlamak,

BİLGİ ve alt markaları için kurumsal kimlik, logo ve marka tasarımlarının hazırlamak ve yeni ihtiyaçlar doğrultusunda düzenli güncellemelerin yapmak,

BİLGİ’ye dair promosyon malzemesi, lisanslı ürün önerilerinin sunulması ve tasarımlarının hazırlamak,

Ajans bünyesinde uygulaması yapılamayan işler (web sayfası ve mobil aplikasyon projeleri, aylık internet çalışmaları haricinde kalan web tasarım ve uygulama çalışmaları, çekim gerektiren prodüksiyon çalışmaları, yukarıda detaylı olarak tanımlanan çalışmalar dışında kalan iletişim çalışmaları vb.) için bütçe araştırmalarının yapmak, uygulama süreçlerinin yönetmek ve iş onaylanana kadar takip etmek.

Medya Stratejisi ve Planlama:

BİLGİ’nin tüm geleneksel ve dijital mecralardaki medya planlama ve satın almasını yapmak, yayın rezervasyonlarını hazırlamak ve BİLGİ’nin onayına sunmak,

BİLGİ tarafından yazılı olarak onaylananan medya planlarını mecralarda yayınlatmak, yayın süresi ve sonrasında mecralarla olan görüşmeleri ve mutabakatları sağlamak,

Yayınların gerçekleştiğine dair BİLGİ’nin onayladığı bağımsız araştırma şirketlerinin raporlarına dayanarak yayınların gerçekleşip gerçekleşmediğini kontrol etmek, tüm dijital mecralarda gerçekleşen yayınların mutabakatını gerçekleştirmek,

Türkiye medya sektörü, mecraların yayınları ve yayınların performansları ile ilgili, BİLGİ’nin onayladığı araştırma şirketlerinin ürettiği dataları ve raporları baz alarak BİLGİ’nin talep ettiği araştırmaları ve analizleri gerçekleştirmek ve raporlamak,

BİLGİ’nin medya pazarlıkları için gerekli ön analiz, araştırma ve raporlamalarını gerçekleştirmek,

BİLGİ’nin rakiplerinin yayın sonrası reklam raporlarını hazırlamak, ayrıca toplam mecra yayınlarına ait raporlamaları gerçekleştirmek ve sunmak,

BİLGİ’ye ait stratejik medya ve iletişim planlarını hazırlamak ve sunmak,

BİLGİ yetkililerinden aldığı genel ve duruma özel bilgiler doğrultusunda, BİLGİ’nin markalarının kurumsal ve marka iletişim stratejilerine paralel ve destekleyici yapıda, hizmetin tanımına uygun şekilde hayata geçirilmesi için yaratıcı iletişim projeleri geliştirmek,

BİLGİ’nin ilgili iletişim alanında yeni iş fikirleri geliştirmesine zemin hazırlamak amacı ile yılda iki kez olarak geleneksel iletişim, dijital iletişim ve pazarlama dünyasına yönelik trend raporlarının BİLGİ ekibi ile paylaşmak,

Rekabette çıkan yeni reklam kullanımlarının raporlamak,

BİLGİ’nin yürütmekte olduğu kampanyalara hedeflerin oluşturulması, haftalık tracking raporlarını hazırlamak, kampanya kullanımlarının performansına göre kullanımları optimize etmek,

BİLGİ’nin hizmet aldığı ajanslar, diğer geleneksel medya ve sosyal medya hesap yönetimi, dijital- konvansiyonel medya planlama ajansları, dijital ve konvansiyonel proje ajansları, etkinlik ajansları, çizgi altı ajansları ve diğer tüm çözüm ortakları da dahil olmak üzere; BİLGİ’nin hizmet aldığı ve alacağı tüm ajanslara, geliştirilen ve hizmet dönemi içerisinde uygulanacak reklam, “geleneksel, dijital ve interaktif iletişimi” kampanyaları ile ilgili yön verilmesi, gerekli durumlarda BİLGİ yetkililerinin de yönlendirmesi ile BİLGİ’ye hizmet veren farklı tüm reklam ajanslar ile beraber, koordineli ve uyum içerisinde çalışmak.

Kurumsal İletişim & Basın ve Halkla İlişkiler Danışmanlığı:

Basın ilişkileri çerçevesinde; stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanması, hedef basın listelerinin oluşturulması ve düzenlenmesi, etkinliklerin davetli ve yayın listesinin hazırlanması, basın bültenlerinin ihtiyaçlar doğrultusunda hazırlanması ve basına servis edilmesi, markanın bilinirliğinin ve basındaki görünürlüğünün artırılması, özel haber, röportaj, basın bültenlerle basın yansıması elde edilmesidir. Basının davet edilmesi, gerekli bülten, Q&A ve bilgi notu gibi dokümanların hazırlanması, basına yapılacak konuşma metinlerinin hazırlanması, basından gelen soruların yanıtlanması, kurum sözcüleriyle basın arasındaki ilişki yönetiminin sağlanması, informal etkinliklerle sözcülerle hedef basın mensupları arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesidir. Konvansiyonel ve dijital medya iletişimi, yaratıcı fikirlerin geliştirilmesi, kabul edilen çalışmaların etkinlik yönetiminin sağlanmasıdır.

BİLGİ’nin tüm geleneksel ve dijital basındaki marka stratejisini belirlemek, buna uygun planlamaları yapmak, fikirler geliştirmek,

BİLGİ tarafından yazılı ve sözlü olarak iletilen brieflere uygun ana iletişim yaratıcı sunumları hazırlamak, projeler önermek, yaratıcı fikir sunmak,

Kurumsal iletişim çerçevesinde; itibarın hedeflenen seviyeye çıkartılması, marka bilinirliğinin sağlanması, kurum sözcülerinin iletişiminin planlanmasıdır. Kurumun gücü ve hizmetleri, ürünlerin farklılığı ve üstün özellikleriyle ilgili bilgilendirilmesi, ihtiyaç duyulan organizasyonların planlanması, işleyişinin sağlanmasıdır. Kurumun hedef kitlesi, rakipleri ve genel kamuoyu nezdinde doğru pozisyonlanması ve algısının güçlendirilmesini içermektedir.

Kriz iletişimi kapsamında; BİLGİ’nin itibarına, marka ve ürün güvenirliğine yönelik krizlerin hedef kitle ve sosyal paydaşlarına vereceği zararları engellemek, minimize etmek amacıyla kriz yönetimi çerçevesinde alınan önlemlerin ve gerçekleştirilen çalışmaların iletişiminin yapılmasıdır. Kriz yönetimi için önceden hazırlık yapmak, olası senaryolar üzerine alternatif hareket planları oluşturmak, krize yönelik iç ve dış paydaşlara yönelik kurumsal mesaj ve söylemlerin hazırlanması, planlama ve uygulamaya destek verilmesidir.

Raporlama kapsamında, BİLGİ ve rakiplerinin medyada görünürlüğünün takibi ve raporlanmasıdır. Raporların proje sonunda, aylık ve yıllık olarak hazırlanmasıdır.

**Genel:** Tüm hizmet için geçerli olan başlıklar aşağıdaki gibidir.

Ajanslar bu şartname kapsamında hazırladığı ve geliştirdiği herhangi bir çalışmaya ilişkin mevcut olanlara ilaveten gerekli resmi yetkilendirmeleri, izinleri, lisansları, ruhsatları almaktan ve sunmaktan sorumlu olacaktır. Ajans bu tür önizinlerin alınmasında, gereken durumlarda kendi üzerine düşen sorumluluğu BİLGİ’nin de onayı ve bilgisi dahilinde BİLGİ’ye hizmet veren diğer ajanslar ile birlikte ve/veya koordineli bir şekilde yürütebilir.

Ajans’ın sorumluluk alanının gereği olarak gerekli ve ilgili tüm durumlarda BİLGİ’nin sözleşmeli ve/veya sözleşmesiz olarak çalıştığı diğer tüm ajanslarla ve medya planlama şirketleriyle koordineli olunması ve işbirliği yapılması.

Ajans, bu şartnamede belirtilen hizmetleri BİLGİ’ye, BİLGİ’nin vereceği sözlü ve/veya yazılı talimatlara uygun olarak ve BİLGİ’nin talebi doğrultusunda sunacaktır.

**Fikri Mülkiyet**

AJANS tarafından BİLGİ’ye sunulan, üretilen, tasarlanan, eser, marka, faydalı model, sistem, yazılım, işletme modeli, proje vb. her türlü ürünü, süreyle sınırlı olmaksızın BİLGİ’nin mülkiyetinde olacak ve mali ve manevi tüm fikri mülkiyet hakları BİLGİ’ye devredilecektir. AJANS, BİLGİ’nin mülkiyetine bırakılan ürünleri süreyle sınırlı olmaksızın kendisi veya 3. Kişiler için kullanmayacağını kabul, beyan ve taahhüt eder.