|  |  |
| --- | --- |
| Изображение выглядит как текст, часы  Автоматически созданное описание | **Автономная некоммерческая организация повышения уровня качества образования населения «Школа 21. Югра» (АНО «Школа 21. Югра»)**  628405, ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д. 14/1  ОГРН 1228600007976, ИНН 8602307587 |

30 мая 2025 № 43\_

ИП Шаталову Дмитрию

Андреевичу

О проведении закупочной

Процедуры на услуги

«Комплексное продвижение»

Уважаемый Дмитрий Андреевич!

В целях обеспечить функционирование деятельности АНО «Школа 21. Югра» информирует Вас о проведении закупочной процедуры на услуги «Комплексное продвижение». Информация об условиях проведения закупке и условиях исполнения договора указана в приложении к настоящему письму (Приложение 1). Также с информацией о проводимой закупке вы можете ознакомится на официальном сайте организации. Срок проведения закупочных процедур с 30.05.2025г. по 04.06.2025г. Просим Вас рассмотреть условия оказания услуги и направить в наш адрес предложения -заявку на участие в закупке. В предложении просим вас указать наименование услуги, сроки оказания услуги, стоимость оказания услуги. Предложения направлять на электронный адрес surgut@21-school.ru в срок до 13.00 часов 04.06.2025г. Предложения, поступившие в организацию по окончании указанного времени, рассматриваться не будут.

Генеральный директор

АНО «Школа 21. Югра» Сидорова О.В.

**Приложение 1**

Автономная некоммерческая организация повышения уровня качества образования населения «Школа 21. Югра» (АНО «Школа 21. Югра») предлагает принять участие в закупочной процедуре на услуги по комплексному продвижению АНО «Школа 21. Югра».

Полное наименование Заказчика: Автономная некоммерческая организация повышения уровня качества образования населения «Школа 21. Югра».

Сокращенное наименование Заказчика: АНО «Школа 21. Югра».

Юридический адрес: 628405, ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д.14/1.

Адрес электронной почты: [surgut@21-school.ru](mailto:surgut@21-school.ru).

Контактный телефон специалиста по закупкам: +79825374099

Запрос о предоставлении ценовой информации не является извещением проведении закупки и (или) офертой и не влияет на возникновение обязанностей у Организации (Заказчика).

Заказчик вправе отказаться от проведения запроса цен и (или) завершить запрос цен без заключения договора в любое время, при этом Заказчик не компенсирует адресату расходы, понесенные им в связи с участием в запросе цен.

Способ закупки: Запрос цен, под которым понимается конкурентная процедура, которая не является торгами и ее проведение не регулируется статьями 447-4491 Гражданского кодекса Российской Федерации, не является публичным конкурсом и не регулируется статьями 1057-1061 Гражданского кодекса Российской Федерации, и которая не накладывает на Заказчика гражданско-правовые обязательства, предусмотренные указанными нормами.

Предмет закупки: Оказание услуг по комплексному продвижению АНО «Школа 21. Югра».

Сроки проведения закупочных процедур: с 13.00 часов 30 мая 2025 года до 13.00 часов 04 июня 2025 года (время местное).

Условия исполнения договора, в том числе структура цены, порядок оплаты:

Услуги оказываются исполнителем в период действия договора. Срок действия договора с даты подписания его Сторонами до 31 декабря 2025 года. Техническое задание приложено к настоящему информационному письму. Количество оказываемых услуг – 1 условная единица. Оплата производится в безналичном порядке путем перечисления Заказчиком денежных средств на указанный в договоре расчетный счет Исполнителя. Оплата производится в рублях Российской Федерации. Заказчик на основании выставленного Исполнителем счета перечисляет авансовый платеж в размере 50% от общей цены договора, в течение 10 (десяти) рабочих дней со дня поступления Заказчику счета на оплату от Исполнителя. Окончательный расчет за оказанные услуги (часть услуг) осуществляется в течение 10 (десяти) рабочих дней со дня подписания Заказчиком Акта об оказанных услугах либо, в случаях, предусмотренных договором, со дня подписания Акта взаимосверки обязательств.

Участник закупки, для участия в процедуре закупки, направляет в адрес Заказчика (почтой, нарочно, в электронной форме) ценовое предложение с предложением о стоимости оказания услуг.

Адреса направления ценовых предложений:

Адрес мета нахождения: 628405, ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д.14/1.

Почтовый адрес:

628405, ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д.14/1

Адрес электронной почты: [surgut@21-school.ru](mailto:surgut@21-school.ru)

Подведение итогов будет проводится 04 июня 2025 года по адресу ХМАО-Югра, г. Сургут, ул. Иосифа Каролинского, д.14/1.

Комиссия по закупкам рассматривает и анализирует направленные в адрес Заказчика ценовые предложения. По результатам анализа собранных ценовых предложений готовит Протокол, содержащий решение о возможности заключения договора, отмене запроса цен, проведении нового запроса цен. Протокол подписывается всеми членами комиссии, присутствующими на заседании Комиссии.

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

на оказание услуги по комплексному продвижению АНО «Школа 21. Югра» в г. Сургуте

Заказчик: АНО «Школа 21. Югра» в г. Сургут

**1.** **Цели и задачи.**

1.1. Повышение узнаваемости бренда «Школы 21» среди населения Ханты-Мансийского автономного округа;

1.2. Расширение информационного поля деятельности, через организацию регулярных публикаций новостей и релизов в СМИ, специализированных изданиях, новых медиа и инфлюенсеров;

1.3. Анализ потребностей и ожиданий целевых групп;

1.4. Регулярная оценка эффективности проводимых мероприятий и своевременная коррекция стратегии продвижения;

1.5. Проведение информационных кампаний в социальных сетях и блогах;

1.6. Участие в профильных выставках, конференциях и форумах;

1.7. Обеспечение и укрепление позитивного имиджа сургутского кампуса «Школы 21», как одного из ключевых центров подготовки и притяжения специалистов ИТ-индустрии в Югре;

1.8. Расширение аудитории потенциальных участников «Школы 21» в Югре;

1.9. Количество регистраций на отборочные интенсивы в «Школе 21» в г. Сургут - 240 регистраций в 2025 году;

1.10. Поддержка высокого уровня заинтересованности в экспертизе представителей ИТ индустрии, местного бизнес-сообщества и государственных органов.

**2.** **Требования к составу и содержанию оказываемых услуг:**

2.1. Бренд-кипинг «Школы 21» в Югре включающий в себя:  
2.1.1. Согласование с Заказчиком плана реализации бренд стратегии на 2025 год созданной на основании маркетингового исследования;  
2.1.2. Координацию корректного использования брендбука «Школы 21» партнерскими организациями;  
2.1.3. Создание и реализация качественного и релевантного контента, который отражает ценности бренда и привлекает целевую аудиторию, согласно бренд стратегии;

2.1.4. Создание и управление социальными сетями (телеграм канал филиала, ВКонтакте и другие необходимые для реализации стратегии ресурсы), включающее в себя – генерацию, согласование и размещение публикаций, взаимодействие с подписчиками, ответы на вопросы, формирование положительного и доверительного образа «Школы 21» согласно редакционной политике компании (Приложение 1);

2.1.5. Мониторинг СМИ, включающий в себя отслеживание упоминаний, их тональность и отработка негативных публикаций в случае их появления;

2.1.6. Генерация и реализация положительных инфоповодов о «Школы 21» в г. Сургут, которые способствуют укреплению бренда;

2.1.7. Ежеквартальный анализ бренд-кипинга с предоставлением отчета Заказчику, при необходимости и по согласованию с Заказчиком корректировка работы;

2.2. Координация работы со СМИ Югры:  
2.2.1. Разработка, согласование, размещение контента в СМИ Автономного Округа;

2.2.2. Организация взаимодействия со СМИ Югры, включающее в себя формирование устойчивых партнерских связей, позитивного образа «Школы 21», приглашение на события филиала, контроль явки и координация работы на площадках кампуса;

2.2.3. Создание партнерской информационной сети, которая размещает на своих ресурсах позитивные инфоповоды филиала;

2.2.4. Создание и реализация системы информирования СМИ о событиях «Школы 21».

2.3. Координация работы с инфлюенсерами:

2.3.1. Формирование пула релевантных инфлюенсеров (представители ИТ-индустрии, индустрии образования, лидеры мнений Югры, представители компаний-работодателей, лидеры молодежных сообществ и др.) и формирование с ними устойчивых партнёрских связей;

2.3.2. Разработка, согласование, размещение контента на информационных ресурсах инфлюенсеров Югры;

2.3.3. Разработка и реализация спецпроектов с инфлюенсерами по предварительному согласованию с Заказчиком;

2.3.4. Создание и развитие программы амбассадоров бренда «Школа 21»;

2.4. Интеграция в событийную повестку Югры:

2.4.1. Мониторинг профильных и имиджевых событий Югры и интеграция в них проекта «Школы 21»;

2.4.2. Разработка, согласование и реализация концепции участия в событиях;

2.4.3. Разработка презентаций, тезисов и ключевых ценностных сообщений в рамках интеграций.

2.5. Реализация специальных проектов в новых медиа с городскими сообществами и индустриальными партнерами:

2.5.1. Разработка, согласование специальных проектов с новыми медиа, реализация их силами Исполнителя;

2.5.2. Разработка, согласование специальных проектов с городскими сообществами, реализация их силами Исполнителя;  
2.5.3. Разработка, согласование специальных проектов с индустриальным партнерами, реализация их силами Исполнителя;  
2.5.4. Реализация бизнес-миссий в филиал «Школы 21» в г. Сургут индустриальных партнеров, для формирования экспертного имиджа в отрасли;

2.6. PR – сопровождение основных событий «Школы 21» в г. Сургут

2.6.1. Отработка технического задания под каждое основное событие филиала: отборочные бассейны, старты основного обучения, выпускные, митапы и карьерные события  
2.6.2. Работа с целевой аудиторией основных событий: приглашение, сопровождение, сбор и обработка обратной связи.

2.7. Формирование профессионального личного бренда руководителя «Школа 21» в г. Сургут

2.7.1. Формирование экспертных материалов в общественно-политических и деловых СМИ Югры

2.7.2. Организация участия в ключевых деловых мероприятиях Югры в качестве спикера, почетного гостя.

**3.** **Ключевые результаты оказываемых услуг**

3.1. Охват аудитории не менее 8 млн человек в месяц, со стабильным увеличением на 10% от месяца к месяцу;

3.2. Повышения уровня спонтанной узнаваемости (Top-of-Mind Awareness)

Рассчитываем как: (Количество респондентов, назвавших бренд первым / Общее количество респондентов) \* 100%  
Целевой процент по результатам работы: 3%

3.3. Повышение узнаваемости с подсказкой (Aided Awareness)

Рассчитываем как: (Количество респондентов, назвавших бренд первым / Общее количество респондентов) \* 100%  
Целевой процент по результатам работы: 5%

3.5. Повышение поисковых запросов «Школа 21» согласно «Яндекс Вордстат» по Югре  
Целевой показатель: 1 000 запросов в месяц, со стабильным ростом на 5% в месяц  
3.6. Повышение поисковых запросов «Школа 21 в Сургуте» согласно «Яндекс Вордстат» по Ханты-Мансийскому автономному округу   
Целевой показатель: 400 запросов в месяц, со стабильным ростом на 5% в месяц

3.7. Повышения количества публикаций о «Школе 21» в региональных средствах массовой информации

Целевой показатель: не менее 20 публикаций в месяц

3.8. Предоставление ежемесячного отчета по тональности упоминания бренда «Школы 21» и плану по корректировки тональности упоминаний  
Рассчитываем как:  
% Положительных упоминаний = (Количество положительных упоминаний / Общее количество упоминаний) \* 100%

% Отрицательных упоминаний = (Количество отрицательных упоминаний / Общее количество упоминаний) \* 100%

% Нейтральных упоминаний = (Количество нейтральных упоминаний / Общее количество упоминаний) \* 100%  
Целевой показатель:  
Положительных упоминаний: 98%  
Отрицательных упоминаний: 1%  
Нейтральных упоминаний: 1%

3.9. Повышение индекса потребительской лояльности (NPS)  
Целевой показатель: 7,5.

3.10. Обеспечение количества качественных регистраций на отборочный бассейн:  
Целевой показатель: 240 регистраций к дате финализации списков:

29 июля 2025 года

24 сентября 2025 года

3.11. Повышение вовлеченности в контент ТГ-канала в г. Сургут: лайки, комментарии, репосты в социальных сетях, время, проведенное на странице.  
Целевой показатель ER: 6%, стабильный рост на 1% от месяца к месяцу  
Целевой показатель ERV: 1%, стабильный рост на 0,5% от месяца к месяцу

3.12. Повышение процента пользователей, которые кликнули на рекламное объявление (CTR)

Целевой показатель: 0,82%  
3.13. Уменьшение стоимости одного клика на рекламное объявление (CPC)

Показатель в рамках работы не должен превышать: 100 руб. за клик

3.14. Уменьшение стоимости привлечения одного участника отборочного бассейна. (CPA)

Стоимость привлеченного участникам не должна превышать 30 000 руб.

3.15. Увеличение количества подписчиков ТГ-канале филиала  
Целевой показатель по результатам работы: 2000, с обязательным сохранения ER

3.16. 100% негативных комментариев отработаны на всех общедоступных ресурсах/платформах;

3.17. Уменьшение стоимости регистрации на отборочный бассейн (CPL)

Стоимость регистрации не должен превышать: 4500 руб., в рамках работы уменьшение стоимости на 5% от месяца к месяцу

3.19. Посещаемость оффлайн мероприятий: количество регистраций согласно согласованной с Заказчиком квоте, доходимость, количество уникальных посетителей, SuR.

3.20. Увеличение числа положительных упоминаний о проекте в социальных сетях и ТГ-каналах.  
Целевой показатель: 20 упоминаний в месяц

**4.** **Сроки оказания услуг**

До конца 2025 года

**5.** **Порядок выполнения и приемки результатов оказанных услуг**

Услуга оказывается на основании согласованного ежемесячного плана, по результатам работы предоставляется отчет о проделанной работе, акт выполненных работ

**6.** **Порядок оплаты**

Оплата производится в формате: 50% - авансирование, этапная оплата по актам выполненных работ.