

Tehnički zahtjevi

Javni poziv za pružanje usluga kreiranja i sprovođenje promotivnih kampanja

Izrada kompletnog kreativnog koncepta kampanje

1. Osmišljavanje slogana i ključnih tema kampanje

Platforma POPULUS¹ omogućava dvosmjernu komunikaciju i interaktivnu razmjenu informacija između građana i njihove lokalne zajednice. POPULUS predstavlja jedinstvenu pristupnu tačku za sve potrebe građana u vezi sa učešćem u donošenju odluka od značaja na lokalnom nivou te omogućava efikasno i transparentno praćenje rada lokalne uprave, nadležnih službi kao i izabраниh predstavnika u lokalnim parlamentima.

Produkcija

1. Lokalni segment kampanje na nivou lokalnih zajednica u kojima se implementira projekat:

- a. Cilj svake od kampanja je stranica lokalne zajednice na kojoj je smještena platforma POPULUS za tu lok. zajednicu
- b. Cilj kampanje je:
 - i. Upoznati stanovnike lokalnih zajednica sa njihovim pravom da direktno učestvuju u procesu donošenja odluka na lokalnom nivou
 - ii. Istaknuti važnost direktnog učešća građana u rješavanju pitanja na lokalnom nivou
 - iii. Istaknuti benefite za direktnog učešća u donošenju odluka na lokalnom nivou za građane
 - iv. upoznati stanovnike tih lokalnih zajednica o postojanju i prednostima koje korištenje platforme donosi za njih;
 - v. upoznati stanovnike tih zajednica sa mogućnostima i modulima platforme;
 - vi. upoznati stanovnike tih zajednica sa mogućim benefitima koje mogu očekivati od platforme
 - vii. pozvati i motivisati stanovnike lokalnih zajednica na registraciju i korištenje platforme
- c. Potrebno je napraviti:

¹ Primjer: <https://gradlukavac.projekatpopulus.ba/> i <https://opstinafoca.projekatpopulus.ba/>

- i. 6 videa koji opisuju prednosti i način korištenja platforme, sa karakteristikama
 1. Videa nude info kao što su:
 - a. Pravo, važnost i benefit učešća građana u radu lokalne zajednice
 - b. Šta nudi POPULUS za građane?
 - c. Opis svih modula platforme;
 - d. Opisuju način korišćenja platforme;
 - e. Benefite koje građani mogu dobiti korišćenjem platforme;
 - f. Podaci o partnerima, njihov logo i internet adresu projekta POPULUS.
 2. Svaki video treba da bude kreiran u formatu koji omogućava plasiranje na najpopularnije društvene mreže zastupljene u BiH, (YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok) što uključuje:
 - a. Rezolucije 1080x1080px (square), 1900x1080px (wide, 16:9), 1080x1900px (story, soliter)
 - b. Vremenskog trajanja prilagođenog optimalnoj dužini za svaku od društvenih mreža, ne duže od 60 sekundi
 3. Svaki video treba da sadrži i copy sadržaj koji opisuje sadržaj videa i sadrži link na stranicu lokalne inačice platforme
- ii. Grafički i tekstualni sadržaj za objave na društvenim mrežama, koji
 1. Sadrži informacije kao što su:
 - a. Pravo, važnost i benefit učešća građana u radu lokalne zajednice.
 - b. Šta nudi POPULUS za građane?
 - c. Opis svih modula platforme;
 - d. Opisuju način korišćenja platforme;
 - e. Benefite koje građani mogu dobiti korišćenjem platforme;
 - f. Ostale informacije koje promovišu značaj i funkcionalnosti platforme;
 - g. Podaci o partnerima, njihov logo i internet adresu projekta POPULUS.
 2. Je prilagođen formatom za svaku društvenu mrežu
 - a. Facebook post, Instagram post, FB/Insta Stroy, Twitter,
- iii. 6 PR članaka (po jedan u svakoj lokalnoj zajednici) koji
 1. Sadrži informacije koje promovišu implementaciju platforme za svaku loklanu zajednicu značaj i funkcionalnost platforme,

- benefite koje donosi, podatke o partnerima i samom projektu, lokalnim zajednicama koje su uključene itd
2. Sadrže fotografiju promotivnog događaja
 3. Predviđeni za plasiranje u na portalima koji su dominantni na području svake od lokalnih zajednica
- iv. Po dvije varijacije reklame na online platformama za oglašavanje (Google ads) koje vode na lokalnu inačicu platforme za svaku od 6 lokalnih zajednica, sa grafičkim i tekstualnim sadržajem, koje se plasiraju na teritoriji svake od lokalnih zajednica u kojima se projekat implementira.
 - v. Elemente Search kampanje (Google ads) sa odabranim ključnim riječima, koje su usmjerene na landing page svake od lokalnih stranica na je pokrenuta inačica projekta POPULUS.
 - vi. Grafički dizajn, tekstualni sadržaj, prelom i pripremu za štampu promotivnog i informativnog materijala za promociju u lokalnim zajednicama.
 1. Promotivni materijal čine
 - a. promotivni flajeri,
 - b. brošure,
 - c. poster, i,
 - d. roll-up-i,
 - e. zastave,
 - f. svi ostali oblici promotivnog materijala koji predloži ponuđač, shodno procjeni optimalnog efekta u odnosu na ciljeve kampanje, ciljne grupe i ostalih relevantnih činioca.
 2. Promotivni materijal će se koristiti za promociju lokalnih inačica platforme, i, pored naziva i vizuelnog identiteta platforme, treba da sadrže:
 - a. Web adresu lokalne inačice platforme za određenu lokalnu zajednicu;
 - b. Slogan ili odgovarajući tekst;
 - c. Nazive i logotipe TI BiH kao i partnera koji su omogućili implementaciju projekta
 - d. Ostale relevantne informacije koje su bitne za sam projekat a odgovaraju tipu promotivnog materijala.

2. Globalni segment kampanje na nivou BiH

- a. Centralna tačka ovog segmenta kampanje je landing page projekatpopulus.ba (izrada u toku) na kom se nalaze svi sadržaji koji opisuju platformu i omogućavaju njeno skidanje i upoznavanje sa njom.
- b. Cilj ovog segmenta kampanje je:
 - i. Upoznati građane BiH o njihovom pravu, važnosti i benefitu učešća u radu lokalnih zajednica
 - ii. Upoznati građane BiH sa prednostima koje korištenje platforme donosi.
 - iii. Upoznati nadležne u ostalim lokalnim zajednicama sa mogućnostima koje pruža platforma i njeni moduli kako bi se odlučili na usvajanje i implementiranje platforme u svojim lokalnim zajednicama.
- c. Potrebno je napraviti:
 - i. 4 videa koji opisuju platformu, sa karakteristikama
 - 1. Videa nude info kao što su:
 - a. Zašto je dvosmjerna komunikacija važna?
 - b. Zašto je učešće građana bitno?
 - c. Šta nudi POPULUS za građane?
 - d. Opis svih modula platforme²;
 - e. Opisuju način korišćenja platforme;
 - f. Benefite koje građani mogu dobiti korišćenjem platforme;
 - g. Podaci o partnerima, njihov logo i internet adresu projekta POPULUS.
 - 2. Svaki video treba da bude kreiran u formatu koji omogućava plasiranje na najpopularnije društvene mreže zastupljene u BiH, (YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, TikTok) što uključuje:
 - a. Rezolucije 1080x1080px (square), 1900x1080px (wide, 16:9), 1080x1900px (story, soliter)
 - b. Vremenskog trajanja prilagođenog optimalnoj dužini za svaku od društvenih mreža, ne duže od 60 sekundi
 - 3. Uz svaki video trebalo bi priložiti i odgovarajući copy sadržaj koji opisuje video;
 - ii. 2 radio jingla koji opisuju platformu, sa karakteristikama
 - 1. Jingle nude info kao što su:
 - a. Zašto je učešće građana bitno?

² Modul za prikazivanje informacija, Modul za učešće u izradi budžeta, Modul za glasanje i davanje podrške, Modul za podnošenje inicijativa, Modul javne rasprave, Modul participacije u radu lokalne Skupštine, Modul pitajte (grado)načelnika, Modul prijavljivanja žalbi i pritužbi

- b. Šta nudi POPULUS za građane?
 - c. Benefite koje građani mogu dobiti korišćenjem platforme;
 - d. Naziv partnera i internet adresu projekta POPULUS.
 - 2. Jingle treba da je vremenskog trajanja koje nudi optimalan omjer pažnje slušaoca, ponuđenih informacija i cijene koštanja na najslušanijim radiostanicama u BiH
- iii. Grafički i tekstualni sadržaj za objave na društvenim mrežama, koji
 - 1. Sadrži informacije kao što su:
 - a. Zašto je dvosmjerna komunikacija važna?
 - b. Što je učešće građana bitno?
 - c. Šta nudi POPULUS za građane?
 - d. Opis svih modula platforme;
 - e. Opisuju način korišćenja platforme;
 - f. Benefite koje građani mogu dobiti korišćenjem platforme;
 - g. Ostale informacije koje promovišu značaj i funkcionalnosti platforme;
 - h. Podaci o partnerima, njihov logo i internet adresu projekta POPULUS.
 - 2. Je prilagođen formatom za svaku društvenu mrežu
 - a. Facebook post, Instagram post, FB/Insta Story, Twitter,
- iv. Dva PR članka koji
 - 1. Sadrži informacije koje promovišu značaj i funkcionalnost platforme, benefite koje donosi, podatke o partnerima i samom projektu, lokalnim zajednicama koje su uključene itd
 - 2. Sadrže fotografiju
 - 3. Predviđeni za plasiranje u digitalnim i printanim medijima koji sa publikom širom BiH
- v. 4 varijacije reklame na online platformama za oglašavanje (Google ads) koje vode na landing page projekta POPULUS, sa grafičkim i tekstualnim sadržajem, koje se plasiraju na prostoru cijele BiH, u skladu sa ciljevima ovog segmenta kampanje.
- vi. Elemente Search kampanje (Google ads) sa odabranim ključnim riječima, koja je usmjerena na landing page projekta POPULUS.

Isporučka

Od izvođača se očekuje da isporuči:

STAVKA	GLOBALNI SEGMENT KAMPANJE	LOKALNI SEGMENT KAMPANJE	UKUPNO
VIDEO	4	6	10
FACEBOOK OBJAVE	6	24	30
INSTAGRAM OBJAVE	6	24	30
STORY OBJAVE (FB INSTA)	12	24	36
TWITTER OBJAVE	30	30	60
RADIO JINGL	2	X	2
PR TEKST ŠTAMPA	1	1	2
PR TEKST PORTAL	X	6	6
GOOGLE ADS (DISPLAY)	4	12	16
GOOGLE ADS (SEARCH)	1	6	7
PROMOTIVNI MATERIJAL	X		
FLAJER			
STAVKA 1			
STAVKA 2			
STAVKA 3			
STAVKA 4			
STAVKA 5			
STAVKA 6			
STAVKA 7			

Plasman

Od izvođača se očekuje da dostavi prijedlog plana plasmana svih elemenata kampanje, uključujući plan objava na društvenim mrežama, zakup digitalnog, medijskog i outdoor reklamnog prostora, broj stavki za štampu i td., sa egzaktnim pregledom:

- Cijene zakupa outdoor, štampanog, digitalnog medijskog prostora;
- Vremenskog trajanja plasmana;
- Parametar mjerenja (pregledi, klikovi, impresije, preuzimanja i slično);
- Očekivani ishod (prag uspješnosti, brojčana vrijednost parametra mjerenja);
- Nazivom medija (za elemente koji se plasiraju u štampanim, digitalnim i elektronskim medijima), sa terminima objava, brojem emitovanja, očekivanom publikom i td.;
- Iznosom agencijske provizije (za elemente čiji plasman uključuje);
- I svim ostalim relevantnim informacijama koje se tiču realizacije i kampanje.

Izveštavanje

Od izvođača se očekuje redovno izvještavanja u toku trajanja kampanje, i to:

- 10 sedmičnih izvještaja o uspješnosti kampanje na digitalnim medijima i društvenim mrežama, digitalnim platformama za oglašavanje sa datumima objava, linkom, budžetom, efektima (relevantnim parametrom mjerenja i ishodom);
- 10 periodičnih izvještaja nakon plasmana radio jingla i PR tekstova sa nazivom medija, brojem emitovanja, budžetom, efektima (relevantnim parametrom mjerenja i ishodom);
- 2 mjesečna izvještaja o toku kampanje, plasiranim sadržajima, budžetom, optimizaciji, budžetom, efektima (relevantnim parametrom mjerenja i ishodom);
- 1 finalni izvještaj po završetku kampanje sa njenim efektima, plasiranim sadržajima, budžetom, efektima (relevantnim parametrom mjerenja i ishodom) i svim relevantni podacima.

Prenos vlasništva

Završetkom kampanje TI BiH postaje vlasnik autorskih prava nad svim elementima korištenih u kampanju, uključujući grafički, video, audio, tekstualni i sav drugi sadržaj koji je nastao u toku osmišljavanja i realizacije kampanje. Izvršilac se obavezuje da će dostaviti sve produkcijske dokumenta i fajlove korištene za proizvodnju u njihovom izvornom obliku koji omogućava njihovo dalje korištenje, modifikaciju, prilagođavanje ili mijenjanje nakon završetka kampanje.

Izvođač će sav grafički, video, audio, tekstualni i sav drugi sadržaj koji je nastao u toku osmišljavanja i realizacije kampanje moći da koristi nakon završetka kampanje samo uz izričitu saglasnost TI BiH i za potrebe budućih kampanja koje izvođač bude realizovao po narudžbi TI BiH.

Faze

1. Izrada prijedloga slogana i ključnih tema kampanje;
2. Povratne informacije na prijedlog;
3. Odobranje slogana i tema;
4. Izrada prijedloga dizajna i vizuelnog koncepta kampanje;
5. Povratne informacije na prijedlog;
6. Odobranje dizajna i vizuelnog koncepta kampanje;
7. Izrada prijedloga videa, dizajna grafika, teksta i plana objava za društvene mreže, radio jingl-a i plana emitovanja, dizajna i sadržaja display i search reklama na digitalnim platformama sadržaja PR tekstova i plana objave;
8. Povratne informacije na prijedlog;
9. Odobranje prijedloga
10. Izrada prijedloga dizajna, sadržaja, i obima promotivnog materijala
11. Povratne informacije na prijedlog;

12. Odobravanje prijedloga;
13. Dostavljanje svih grafičkih, video, audio, tekstualnih i drugih sadržaja u produkcijskom formatu;
14. Realizacija kampanje, optimizacija i izvještavanje;
15. Završetak kampanje i dostavljanje finalnog izvještaja.