



**ПОВИК ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ
ЗА ИЗРАБОТКА НА ПРОМОТИВНА МЕДИУМСКА КАМПАЊА
ВО РАМКИ НА ПРОЕКТОТ „Вклучи се – Побарај гласно!“**

НСРР – Национален совет за родова рамноправност со своите партнери АГОРА – центар за промоција на граѓански вредности објавуваат повик за доставување понуди за изработка на промотивна медиумска кампања во рамките на проектот “Вклучи се – Побарај гласно!”, финансиран од канцеларијата на UN Women во Скопје.

Детални информации во врска со точните барања се наоѓаат подолу во документот и истите ќе претставуваат упатство за изработка на понудата.

Сите дополнителни прашања во функција на појаснување на барањето за понудата, заинтересираните можат да ги постават најдоцна до 10.04.2021 до 14:00 часот на следните електронски адреси: sozm@t-home.com, katerina@agora.org.mk.

Официјалната понуда со вклучени задолжителни документи треба да е доставена најдоцна до 18.04.2021, до 00,00 часот, по електронски пат на следните адреси: sozm@t-home.com, katerina@agora.org.mk по име „ПОНУДА ЗА МЕДИУМСКА КАМПАЊА“

Сите понуди кои ќе стигнат по истекот на зададениот рок нема да се земат во предвид и нема да се разгледуваат.

Сите понуди ќе се разгледуваат и оценуваат врз основа на потполноста на информациите кои се побаруваат и врз основа на критериумите за евалуација објаснети во опис на повикот за доставување на понуди.

Сите предлози и понудата треба да се на македонски јазик.

Времетраење на кампањата период од 12 месеци, започнувајќи од јуни 2021 до 1 мај 2022 година.

Ви благодариме,

Тимот на Вклучи се – Побарај гласно!

ОПИС НА ПОВИКОТ ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ

Краток опис на повикот	Изработка и имплементација на интегрирана медиумска кампања, вклучувајќи и изработка на комуникациска стратегија
Задолжителни документи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Претставување на компанијата со посебен осврт на изработени кампањи за општествена одговорност (електронска верзија) 2. Професионални биографии на тимот кој ќе работи на кампањата 3. Начелна предлог комуникациска стратегија со предлог слоган, предлог дијан за онлајн картички и краток опис/сценарио за видеата) 4. Предлог буџет изразен во денари со вклучен ДДВ
Дополнителни прашања и појаснувања	Најдоцна до 10.04.2021 до 14:00 часот
Рок за доставување задолжителни документи	18.04.2021
Критериуми за евалуација	<p>Комуникациска стратегија, слоган, сценарио за видео и идеи за онлајн картички – 50%</p> <p>Финансиска понуда – 25%</p> <p>Експертиза на компанијата/ искуство – 15%</p> <p>Професионални биографии на тимот – 10%</p>
Времетраење на кампањата	12 месеци

ДЕТАЛЕН ОПИС НА ПОВИКОТ ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ

За развивање и спроведување кампања

I Вовед

ОСНОВНИ ИНФОРМАЦИИ ЗА ПРОЕКТОТ

Сојуз - Национален Совет за Родова Рамноправност (НСРР) во партнерство со АГОРА - Центар за промоција на граѓански вредности, во рамки на проектот „Вклучи се - Побарај гласно“, финансиран од UN Women има за цел да ги поддржи локалните женски и граѓански организации да спроведат акции за зајакнување и мобилизација на жените и нивно активно учество во локалната заедница.

Проектот се спроведува во скопски, југоисточен, источен и североисточен плански регион и има две специфични цели:

1. Зајакнати капацитетите на граѓанските организации за спроведување на теренски и активности на застапување за вклучување на родовата перспектива во локалните процеси на донесување одлуки
2. Жените се мобилизирани и зајакнати, гласни и вклучени во локалните процеси на донесување одлуки

На самиот почеток на проектот, како дел од процесот на градење капацитети, беа спроведени две обуки: Пристапи за зголемување на вклученоста на жените на локално ниво; Процеси на буџетирање во општините и акции на застапување. На обуките присуствуваа 13 женски организации со свои претставнички.

НСРР и АГОРА како носители на проектот во рамките на специфична цел 2 склучија партнерски договори со и финансиски поддржаа 5 локални женски организации.

Организациите, една од Куманово, две од Штип и по една од Струмица и Радовиш ќе спроведуваат теренски акции за мобилизација на жените во најмалку 7 општини како и акции за застапување пред општините со цел нивните потреби да бидат вклучени во програмите и буџетите за 2022 година.

Женските организации, партнери во проектот за остварување на специфична цел 2, ќе спроведуваат теренски активности со кои ќе ги испитуваат потребите и проблемите на жените, ќе ги организираат и мобилизираат локалните жени да одредат приоритетни проблеми и предлог решенија за кои и ќе застапуваат пред општините, истите да влезат во програмите и буџетите за 2022 година.

Една од активностите под специфична цел 2 на проектот е и да се развие кампања за зголемување на видливоста на проектот, неговите цели и активности и да служи како поддршка на локалните женски иницијативи потенцирајќи ги аспектите на родова еднаквост и активната улога на жените на локално ниво.

ИНТЕГРИРАЊЕ НА РОДОТ И ПРИМЕНА НА РОДОВО ОДГОВОРНО БУЏЕТИРАЊЕ

Иако се направени значителни напори за унапредување на агендата за родова еднаквост, родовите нееднаквости во земјата остануваат изразени во сите сфери на социо-економскиот и политичкиот живот. Сè уште се потребни системски напори за унапредување на родовата еднаквост, во согласност со законодавството на ЕУ и Агендата за одржлив развој во 2030 година. Една од областите за суштински ангажман кон родова еднаквост е преку родово чувствителни политики, зголемени финансиски алокации и буџетска транспарентност. Интегрирање на родот и примена на родово одговорно буџетирање подразбира признавање дека жените и мажите имаат различни потреби и играат различни улоги и проценка на начинот на кој можат да се изготват политики за решавање на специфичните родови потреби и приоритети на нивните граѓани.

За да можат жените да ги изразат своите мислења со самодоверба и да влијаат на квалитетот на управувањето и процесот на донесување одлуки во нивните заедници, потребно е да се работи на нивно зајакнување. Во овој контекст, зајакнувањето на жените ВО РАМКИТЕ НА ПРОЕКТОТ “Вклучи се - Побарај гласно!” се спроведува на повеќе нивоа (пристап до информации, стекнување знаење и вештини со цел да се влијае на процесот на донесување одлуки за локалниот процес, развој на самодоверба за преговори, артикулација на нивните потреби и потреби на други во слична ситуација), истовремено земајќи ги предвид различните нивоа на нееднакви односи на моќ меѓу жените и мажите. Барањата за еднакви права и можности во однос на донесувањето одлуки честопати се сметаат за закана затоа што ги оспоруваат привилегиите и постојните односи на моќ во едно општество. За среќа, овие односи на моќ можат да се променат и ова е основа за работа со жени за нивно зајакнување и вклучување во процесот на донесување одлуки, т.е. во поделбата на моќта.

Причините зошто во моменталната поставеност жените немаат активна улога во локалните заедници и процесите на носење одлуки, се следниве: а) Недостаток на информации и недостаток на знаење за работата на единиците на локалната самоуправа, граѓанските организации и начинот на учество; б) Недостаток на доверба; в) Жените не гледаат потреба да бидат активни; г) Недостаток на самодоверба.

ПОВЕЌЕ ИНФОРМАЦИИ за зголемување на учеството на жените во процеси на креирање политики на локално ниво можете да најдете овде: https://sdc.com.mk/wp-content/uploads/2020/04/Strategy-Women-Outreach_PRINT.pdf

II ЦЕЛИ НА ПРОМОТИВНАТА КАМПАЊА

Промотивната кампања има за цел

ДА ЈА ЗГОЛЕМИ СВЕСНОСТА за (проектот преку фокус на) потребата од активно учество на жените и граѓаните во процесот на донесување одлуки на локално ниво. Концептот на активни граѓанки и граѓани.

ДА ГИ МОТИВИРА жените да се мобилизираат и вклучат во процесите на носење одлуки на единиците на локална самоуправа.

ДА ЈА ИНФОРМИРА и ЕДУЦИРА јавноста за проблемите и потребите на жените од населените места каде се спроведува проектот како и за законските можности за граѓанско учество. Да информира за активностите кои се спроведуваат на терен и резултатите од проектот.

ДА ИНИЦИРА дебата која на подолг рок би овозможила промена во работењето на единиците на локална самоуправа. Промена кон транспарентно работење, и родово одговорно буџетирање и програмирање.

ДА ПРИДОНЕСЕ кон промена на јавниот дискурс за улогата на жената во општеството и која ќе ги охрабри жените активно да се вклучуваат во работата на единиците на локална самоуправа, да го следат работењето и да бараат одговорност од општините за прашања кои се во нивна надлежност.

ДА БИДЕ ПОДДРШКА НА ЛОКАЛНИТЕ АКЦИИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ со кои жените со конкретни барања ќе се обраќаат до единиците на локална самоуправа.

III ЦЕЛНИ ГРУПИ

- Примарна целна група се жените и општа јавност
- Секундарна целна група се единиците на локална самоуправа

IV СТИЛ НА КОМУНИКАЦИЈА

Стилот на комуникација во основа треба да биде:

- ЈАСЕН, ПРЕЦИЕН И ЕДНОСТАВЕН
- ДИРЕКТЕН, УБЕДЛИВ И ЛЕСЕН ЗА ПАМТЕЊЕ

Тонот на комуникација ПОЗИТИВЕН, АФИРМАТИВЕН/ОХРАБРУВАЧКИ, ЕМПАТИЧЕН но не премногу ЕМОТИВЕН

V ЕЛЕМЕНТИ НА КАМПАЊАТА

Финалната кампања ќе вклучува изработка и реализација на

ЦЕЛИНА БРОЈ 1. КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА

Која во својот дел ќе вклучува:

1. **Слоган за кампањата** “ Вклучи се – Побарај гласно!“ кој ќе се искористи во градењето на визуелниот идентитет
2. **Визуелен идентитет на кампањата** кој ќе биде аплициран конзистентно во сите алатки кои ќе бидат користени низ кампањата
3. **Формулирање клучни пораки** кои ќе се пренесуваат со кампањата. Процесот на формулирање пораки ќе биде заедно со тимот на проектот и ќе треба да се пренесуваат преку сите продукти / алатки на кампањата (видеа, електронски картички и преку статуси на ФБ – детали за нив подоле во текстот). Пораките на кампањата треба да повикуваат на мобилизација, солидарност и да информираат за правата на жените и надлежностите на ЕЛС.
4. **Продукција (и промоција) на најмногу 3 видеа** од по 2-3 минути. Видеата треба да документираат животни стории (приказни) на жените од локалните средини во кои се спроведува проектот. Приказните треба да мотивираат/охрабрат и други жени да се вклучат во локалните процеси односно, да водат кон зајакнување на жените и мотивација за вклучување во процесите на носење одлуки на локално ниво).
5. Продукција на информативно **анимирано видео / клип** од 1 до 2 минути.
6. **Дизајн и печатење на промотивни материјали** со слоганот на кампањата и дел од пораките (пример печатени материјали: крпи, престилки, маски, марами и сл.)
7. **Дизајн на онлајн картички** кои ќе го носат (содржат) слоганот и ќе ги пренесуваат пораките на кампањата
8. Стратешки пристап и предлог решенија за онлајн комуникација (со акцент на социјални медиуми)

ЦЕЛИНА БР. 2 - МЕДИЈА СТРАТЕГИЈА

Медиумска стратегија која ќе вклучува временска рамка и реализација на активности кои се однесуваат на:

Традиционални медиуми

- Организирање интервјуа со претставници на тимот во најмалку 2 национални ТВ-станции
- Организирање контакт за интервјуа со претставници на проектот во најмалку 2 национални радиостаници

- Организирање на написи за односи со јавноста во печатените медиуми, во најмалку два (2) дневни весници и едно неделно или месечно списание (овде мислам на интервју во магазин како на пример лице во лице или некој женски магазин, press release во дневни весници кој ќе информираат за активностите/локалните акции.

Онлајн медиуми

- Медиумска стратегија / План за промоцијата на видеото и онлајн картичките на социјални медиуми (по потреба да се отвори и YouTube канал)
- Организирање на најмалку едно интервју во онлајн медиум

Медиумската кампања треба да достигне публика од 60.000 корисници на онлајн, социјалните медиуми и традиционалните медиуми заедно.

Индикаторите кои ќе се следат да се прецизираат заедно со тимот на проектот со цел да се обезбеди квалитет и мерливост на истиот.

- AMR% по ТВ станици и социјални медиуми (advertising measurements rating)
- Планирани GRP на вкупна популација (Gross rating points)
- GR (Gross reach by activity)

ЦЕЛИНА БР.3 – ПУБЛИКАЦИЈА НА ДОБРИ ПРАКТИКИ

Овој дел од задачата треба да опфаќа следно:

- Дизајн на публикацијата
- Печатење на публикацијата

НАЧИН НА ПРИЈАВУВАЊЕ:

Барања што треба да ги исполни компанијата

Компанијата изведувач треба да биде професионална маркетинг и/или ПР агенција со најмалку 5 годишно искуство во дизајнирање и споведување медиумски кампањи и листа од најмалку 3 релевантни кампањи во областа на задачата.

Компаниите при апликација на овој повик треба **задолжително да ги понудат следните елементи:**

1. Претставување на компанијата со посебен осврт на изработени кампањи за општествена одговорност
2. Професионални биографии (CV-а на тимот кој ќе работи на кампањата)
3. Начелна предлог комуникациска стратегија, предлог дизајн на слоган (лого), предлог дијан за онлајн картички и краток опис/сценарио за видеата)
4. Предлог буџет изразен во денари со вклучен ДДВ.

VI БУЏЕТ

1. Буџетот за промотивната медиумска кампања со вклучени елементи на кампања опишани во ставка V (ЕЛЕМЕНТИ НА КАМПАЊАТА) треба да изнесува максимум 579.000,00 денари.
2. Буџетот треба да е со вклучен ДДВ.
3. Буџетот покрај другото треба да вклучува и цена за фејсбук реклама, и печатење промотивни материјали
4. Делот на буџетот за дизајн и печатење на промотивни материјали и публикација да биде како една тотална сума. Нашата процена во моментот е дека треба да се печатат 150 марами, 150 престилки, 300 маски, 100 публикации.
5. Понудувачот треба да предложи услови и динамика на плаќање.

VII ИЗВЕШТАИ

1. По ангажирањето тимот на проектот со компанијата заедно ќе развијат план и временска рамка по која ќе се случуваат настаните / активностите. По завршувањето на кампањата понудувачот има обврска да достави финален извештај за имплементацијата на кампањата со вклучена анализа спроведен план и на индикатори во однос на квалитет и постигнати цели.

VIII ПРАВНА ФОРМА НА АНГАЖМАНОТ

Идеално, НСРР, ќе склучи договор со еден понудувач/правно лице за реализација на сите елементи на кампањата наведени во барањето.

ВАЖНА ЗАБЕЛЕШКА:

НСРР го задржува правото да не избере понудувач доколку процени дека доставените предлози не одговараат во целост со потребите. НСРР исто така го задржува правото во договорот со избраниот понудувач, да ја промени временската динамика, како и да ги модифицира барањата врзани за клучните продукти / очекувани резултати. Доколку понудата го надминува зададениот буџет НСРР го задржува правото да преговара со избраниот понудувач со намера да се намали обемот на работа или да се ревидираат другите делови од понудата.