

Швейцарский Проект

“Устойчивое развитие зимнего туризма в Кыргызстане”

Техническое Задание (ТЗ)

Онлайн-продвижение Каракола как устойчивой и круглогодичной туристической дестинации.

1. Общая информация

Проект по устойчивому развитию зимнего туризма в Кыргызстане (далее WTK – Winter Tourism Kyrgyzstan) финансируется Правительством Швейцарии через Государственный секретариат по экономическим вопросам (SECO) и реализуется организацией по развитию ХЕЛЬВЕТАС Свисс Интеркооперейшн. По завершении 2-летнего пилотного этапа, в октябре 2021 года ХЕЛЬВЕТАС начал основную 4-летнюю фазу Проекта WTK, охватывающую период до сентября 2025 года и направленную на дальнейшее устойчивое развитие туризма в Кыргызстане. Основной целью проекта WTK является содействие увеличению возможностей достойной занятости и получения дохода для населения с перспективой создания круглогодичных рабочих мест путем развития устойчивой цепочки создания стоимости в зимнем туризме.

Целевой дестинацией в основной фазе Проекта WTK является дестинация Каракол, которая стремится к тому, чтобы стать примером успешного управления туризмом и интеграции целостного взгляда на устойчивое развитие, с международным признанием в качестве устойчиво развивающейся туристической дестинации. Для поддержки устойчивого развития туризма в Караколе и продвижения направления как привлекательного зимнего и круглогодичного туристического направления среди внутренних и международных туристов, Проект всесторонне оказывает поддержку основным стейкхолдерам в развитии устойчивого туризма в дестинации.

В целях продвижения дестинации Каракол как привлекательной круглогодичной туристической дестинации среди внутренних и зарубежных туристов, Проект WTK намерен привлечь СММ специалиста или компанию, специализирующуюся на СММ продвижении, которые базируются в Караколе.

2. Основные задачи

Проект WTK привлекает СММ специалиста или компанию для поддержки усилий Проекта и его партнеров - Общественного объединения «Дестинация Каракол», Мэрии г. Каракол и других участников сектора туризма в продвижении Каракола как устойчивой туристической дестинации, предлагающую туристам широкое разнообразие туристических продуктов и услуг круглый год.

Для выполнения данной задачи СММ специалист (или компания) должны выполнить следующие задачи в течение контрактного периода:

Разработка коммуникационного контент-плана на период сентябрь 2024 – март 2025 гг. и создание контента для реализации плана:

- Разработка и публикация уникального контента (фото, видео, текст, постеры) для социальных сетей (Instagram, Facebook) с акцентом на устойчивое развитие и туристические мероприятия в г.Каракол на 2024-2025 гг., в том числе с использованием имеющейся базы материалов, которые были созданы Проектом до настоящего времени.
- Создание минимум 60 уникальных публикаций с описанием на страницах Facebook (<https://www.facebook.com/destinationkarakol>) и Instagram (https://www.instagram.com/destination_karakol/), которые должны включать:
 1. Минимум 30 видео Reels с хронометражем до 1:00 минуты, демонстрирующих элементы устойчивости в бизнесе и турпродукте, короткие видео Reels рассказывающие про принципы устойчивости в туризме;
 2. Публикации о популярных туристических маршрутах и экскурсиях, предоставляемые партнерами и членами ОО “Дестинация Каракол”;
 3. Публикации фото-отчетов с мероприятий, связанных с деятельностью партнеров;
 4. Публикации статистических данных об устойчивом развитии туризма в Караколе и регионе в виде инфографики;
 5. Создание не менее 10 историй успеха в формате интервью (Интервью с предпринимателями, которые рассказывают о своем опыте и успехах в устойчивом туризме);
 6. Совместные публикации на страницах партнеров;
 7. Ежедневные посты о природных достопримечательностях, культурных мероприятиях, местной кухне и традициях, с упоминанием устойчивых практик.
 8. Проведение онлайн-конкурсов и акций для повышения активности и интереса к публикациям.
 9. Взаимодействие с подписчиками и ответ на их вопросы.

Таргетированная реклама:

- Разработка и реализация кампаний таргетированной рекламы для привлечения туристов и популяризации городских мероприятий, связанных с устойчивостью и продвижением круглогодичного туризма.
- Использование данных о предпочтениях и поведении целевой аудитории для повышения эффективности рекламных кампаний.
- Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний на основе собранных данных.

Поддержка связи с медиа:

- Взаимодействие с местными и национальными СМИ для освещения событий и новостей, устойчивых инициатив в области туризма, инициированных и проводимых Проектом, Дестинацией Каракол, Мэрией г. Каракол и другими ключевыми стейкхолдерами.

Вовлечение местных блоггеров и инфлюенсеров:

- Определение и привлечение блоггеров и инфлюенсеров, которые могут заинтересовать свою аудиторию Дестинацией Каракол, устойчивыми практиками дестинации, устойчивыми турпродуктами и услугами и другими темами.

Координация работы социальных сетей и других интернет-ресурсов провайдерам туристических услуг:

- Исполнитель должен отвечать за координацию работы социальных сетей и других интернет-ресурсов, задействованных для (соц. сети, сайты и другие каналы коммуникации) продвижения дестинации Каракол, а также зимних и круглогодичных туристических продуктов и направлений в дестинации Каракол.

Координация работы по продвижению:

- Создание диалога и общего контент-плана между национальными, областными и городскими (г. Каракол) властями, заинтересованными и/или занимающимися развитием туристического сектора в Иссык-Кульской области, в частности города Каракол и его окрестностей, а также с неправительственными организациями, фондами и туроператорами с целью совместного продвижения дестинации Каракол как привлекательной круглогодичной и зимней дестинации для внутренних и зарубежных туристов.

Аналитика и отчетность:

- Ежемесячное предоставление отчетов о проделанной работе, охвате и вовлеченности аудитории, с акцентом на успешные кейсы устойчивого развития.
- Анализ эффективности контентной стратегии и рекламных кампаний.
- Внесение корректив в стратегию продвижения на основе аналитических данных.
- Финальный отчет о проделанной работе с достижением индикаторов, указанных в пункте 4 ниже.

Компания/специалист будет следовать требованиям заинтересованных сторон, изложенным в Техническом задании. Он будет контролировать работу, согласовывать содержание контента и предоставлять регулярные отчеты о прогрессе командам проекта WTK и Правлению ОО “Дестинации Каракол”. Проблемы будут оперативно сообщаться для обеспечения своевременного достижения этапов проекта.

3. Период выполнения работ: сентябрь 2024 г. – март 2025 г.

- Срок реализации первого этапа (разработка контент-плана) – 1 месяц со дня подписания контракта.
- Дальнейшее сопровождение и реализация проекта согласно контент-плану – 6 месяцев.

Исполнитель должен иметь возможность приступить к работе после подписания договора (в конце августа). Все результаты должны быть достигнуты до 31 марта 2025 г. с момента начала работы согласно плану, утвержденному Проектом.

4. Ожидаемые результаты:

- Составить план работ за период сентябрь 2024 г. по март 2025 г.
- Ежемесячные отчеты о прогрессе: представлять подробные отчеты Правлению ОО «Дестинация Каракол» и команде WTK, описывающие выполненные за месяц задачи. Эти отчеты должны включать достигнутые этапы, возникшие проблемы и рекомендации по улучшению.
- Создание не менее 60 уникальных публикаций за период работы.
- Общий охват публикаций за период – 50.000;*
- Общее количество просмотров видео: 100,000;*
- Количество просмотров каждого видео: не менее 5,000;*
- Instagram: Увеличение подписчиков на 20%.*
- Facebook: Увеличение подписчиков на 10%.*
- Увеличение среднего уровня вовлеченности (лайки, комментарии, репосты) не менее 2% от общего числа подписчиков в Instagram и Facebook.*

**Финальные индикаторы будут определены с отобранной компанией/специалистом в начале работы.*

5. Дополнения

1. Уполномоченное лицо от Проекта WTK будет задействован в процессе реализации контент-плана для своевременного утверждения и внесения правок/изменений.
2. Уполномоченным лицом Проекта WTK будут специалисты проекта Аман Жансеркеев и Рахат Джамалова.
3. Правообладателем всех материалов и документов, сформированных в ходе реализации коммуникационного плана, будет считаться проект WTK.

6. Требования к участникам тендера

Заинтересованные организации/индивидуальные СММ специалисты должны соответствовать следующим требованиям:

1. **Опыт работы:**
 - Опыт работы в сфере SMM и продвижения туристических объектов – не менее 3-х лет
 - Хорошее понимание темы устойчивого развития в туризме.
 - Успешно реализованные проекты, подтвержденные кейсами и отзывами – приложить как минимум 2 проекта
2. **Креативность и инновации:**
 - Способность генерировать уникальные идеи и подходы для продвижения Дестинации Каракол с акцентом на устойчивость.
 - Знание современных трендов в SMM и умение их применять.
3. **Технические навыки:**
 - Умение работать с графическими инструментами и видеоредакторами.
 - Знание инструментов таргетированной рекламы и аналитики.

7. Содержание технического предложения

Компании и СММ специалисты, подающие заявки, должны предоставить подробные предложения с изложением своего подхода для качественного выполнения вышеуказанных работ.

Техническое описание не должно превышать 3 (три) страницы. Участники тендера должны описать подход, методологии и инструменты, которые будут использоваться. Необходимо также предоставить резюме.

Для оценки предложений участников тендера будут использоваться следующие критерии:

- ✓ Ясность и полнота предложения (подход, инструменты, сроки и т.д.).
- ✓ Предыдущие аналогичные проекты.
- ✓ Способность своевременно и качественно выполнять задачи.

В случае присуждения контракта, подрядчик обязуется предоставить детальный план работ с описанием исполнения всех критически важных задач.

Предыдущий опыт работ. Предоставьте информацию и документы, подтверждающие опыт проведения аналогичных проектов - не менее двух (2).

8. Бюджет

Предоставьте подробный бюджет для выполнения всех вышеперечисленных задач. Бюджет должны включать транспортные расходы (поездки вокруг Каракола для съемок), в том числе предварительный бюджет на таргетированной рекламу.

Процесс подачи заявок:

Заинтересованные кандидаты должны направить документы на адрес wintertourismkg@gmail.com с копией на aisuluu.imanalieva@helvetas.org до **16 августа, 17:00**. Пожалуйста, укажите "Онлайн-продвижение - Destination Karakol" в строке темы.

Бишкек, июль 2024 г.