

KONVANSİYONEL VE DİJİTAL MEDYA PLANLAMASI,
TAKİP VE RAPORLANMA HİZMETİNE İLİŞKİN
TEKNİK ŞARTNAME

HAZIRLAYAN	ONAYLAYAN

REFERANS NO: 2023-10076877

Madde 1 – İşin Tanımı

Hizmetin Tanımı: İşbu şartnamenin konusu, sözleşme tarihinden başlamak kaydı ile 1 yıllık dönemde İKÜ'nin daha etkin ve geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak amacıyla, tüm Konvansiyonel Medya, Dijital Medya ve İnteraktif iletişim faaliyetlerinin planlanması, uygulanması, yürütülmesi, yayınlanması, ekip yönetimi, strateji sunumlarının yapılması, analiz raporlarının yapılması ve sunulması işi ile ilgili gerekli tüm hizmetlerin Ajans tarafından sağlanmasıdır.

İşbu Şartnamede;

- İstanbul Kültür Üniversitesi – İKÜ
- Satın alınması yapılacak işi HİZMET
- HİZMET le ilgili teklif veren kuruluş, (AJANS) olarak anılacaktır.

Madde 2 – Ana İşler:

Bu kapsamda AJANS tarafından sağlanacak işler aşağıda sunulmaktadır.

- Tüm yıllık, dönemsel veya kampanyasal iletişim stratejisinin oluşturulması ve aylık strateji sunumu
- Belirlenen iletişim mecralarında yıllık, dönemsel, kampanyasal satın alma
- Gerçekleştirilecek iletişimlerin planlamalarının hazırlanması
- Gerçekleşen kampanyaların analizleri ve iletişim sonuçlarına katkılarının sizlerle paylaşılması
- Yıllık, dönemsel veya kampanyasal detaylı rakip analizlerinin hazırlanması
- Marka farkındalığını arttıracak iletişim projelerinin tasarlanması, uygulanması ve raporlanması
- Aylık Strateji Sunumu (Hedefler doğrultusunda planlama hazırlanması)

- 5 adet rakip analizi (reklam harcama raporları erişilebilen)
- Talep edilen sitelerin tarafsız kuruluşlar tarafından performans rapor talebi (similarweb.com, semrush.com)
- Rekabet/sektör analizi
- Gündem tarama raporları
- Medya Performans Takibi
- Medya Reklamlarının Oluşturulması
- Medya Bütçeleri Raporlaması
- Google reklam metinlerinin yazılması
- Olası sorunların bizden önce fark edilerek hızlı bir şekilde çözüm üretilmesi
- Kampanyalar başlamadan önce site ve reklam analizi yapılarak öneri ver hataların iletilmesi.
- Her 15 günde bir fiziki veya online toplantı ile beyin fırtınası sağlanması

Yukardaki kalemlerle birlikte; İstanbul Kültür Üniversitesi'nin veri akışını takip edebileceği yönetim paneli, Panel üzerinden grafik ve tablo destekli dashboard kullanımı ve rapor export alabilme, Raporların karşılıklı anlaşılabilir periyodlar dahilinde teslimi, Düzenli olarak medyada markanın algısına dair analizlerin sunulması, hizmetlerini içermektedir.

- A. İKÜ Kurumsal İletişim Birimi 'ne aylık planlanan işler kapsamında aylık planlanan bütçe hakkında sürekli olarak rapor verilmesi.
- B. Başta sosyal medya reklamları olmak üzere konvansiyonel ve dijital mecralar özelindeki medya planlama, reklam yönetimi ve ücretli paylaşımların İKÜ'nin onayına bağlı kalınarak en doğru şekilde oluşturulması ve yönetilmesi. Haftalık olarak detaylı analiz raporu.
- C. Konvansiyonel ve Dijital PR ve global içerik ortaklıkları başta olmak üzere tüm konvansiyonel ve dijital iletişim projelerinin kurgulanması, İKÜ'nin onayı ile birlikte uygulanması ve raporlanması hizmetlerinin verilmesi.

Madde 3 – İşin Kapsamı

Ajans yükümlülükleri, İKÜ'nin uygunluk vermesi çerçevesinde aşağıdaki hususları kapsamaktadır.

3.1 İKÜ, ürünlerinin tüm konvansiyonel ve dijital mecralardaki medya planlama ve satın almasını yapmak, yayın rezervasyonlarını hazırlamak ve İKÜ'nin onayına sunmak.

3.2 İKÜ tarafından yazılı olarak onaylanan medya planlarını mecralarda yayınlamak, yayın süresi ve sonrasında mecralarla olan görüşmeleri ve mutabakatları sağlamak.

3.3 Yayınların gerçekleştiğine dair İKÜ'nin onayladığı bağımsız araştırma şirketlerinin raporlarına dayanarak yayınların gerçekleşip gerçekleşmediğini kontrol etmek, tüm dijital mecralarda gerçekleşen yayınların mutabakatını gerçekleştirmek.

3.4 Türkiye medya sektörü, mecraların yayınları ve yayınların performansları ile ilgili, İKÜ'nün onayladığı araştırma şirketlerinin ürettiği dataları ve raporları baz alarak İKÜ'nün talep ettiği araştırmaları ve analizleri gerçekleştirmek ve raporlamak.

3.5 İKÜ'nün medya pazarlıkları için gerekli ön analiz, araştırma ve raporlamalarını gerçekleştirmek.

3.6 İKÜ ürünlerinin ve rakip ürünlerinin yayın öncesi ve sonrası reklam raporlarını hazırlamak, ayrıca toplam mecra yayınlarına ait raporlamaları gerçekleştirmek ve sunmak,

3.7 İKÜ ürünlerine ait stratejik medya ve iletişim planlarını hazırlamak ve sunmak.

3.8. İKÜ yetkililerinden aldığı genel ve duruma özel bilgiler doğrultusunda, İKÜ markalarının kurumsal ve marka iletişim stratejilerine paralel ve destekleyici yapıda, hizmetin tanımına uygun şekilde hayata geçirilmesi için iletişim projeleri geliştirilmesi.

3.9. İKÜ yetkilileri tarafından onaylanmış/onaylanacak iletişim stratejilerine uygun, İKÜ markasının gelişimine, ticari ve ekonomik büyümeye destek olabilecek nitelikteki farklı mecralarda (sosyal ve geleneksel medya), geleneksel medya araçlarında (radyo, televizyon, gazete, dergi vb.), web sitelerinde, sosyal medya kanallarında, dijital reklam mecralarında, interaktif deneyim projelerinde ve mobil uygulamalarda ve buna benzer her türlü iletişim araçlarında uygulanabilir, kullanılabilir, yaratıcı işlerin ve çözümlerin geliştirilmesi/oluşturulması.

3.10. İKÜ'nün 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; İKÜ'nün hizmet aldığı ve alacağı tüm ajanslara, geliştirilen ve hizmet dönemi içerisinde uygulanacak reklam, "konvansiyonel, dijital ve interaktif iletişimi" kampanyaları ile ilgili yön verilmesi, gerekli durumlarda İKÜ yetkililerinin de yönlendirmesi ile İKÜ'ye hizmet veren farklı tüm reklam ajanslar ile beraber, koordineli ve uyum içerisinde çalışılması.

3.11. Ajans'ın sorumluluk alanının gereği olarak gerekli ve ilgili tüm durumlarda İKÜ'nün sözleşmeli ve/veya sözleşmesiz olarak çalıştığı diğer tüm ajanslarla ve medya planlama şirketleriyle koordineli olunması ve iş birliği yapılması. Bu çerçevede medya ajanslarından gelecek brief, özet, açıklama ve içerik formatlarına, zaman planlamalarına uyulması ve takibi.

3.12. İKÜ'nün ve çalıştığı diğer ajansların düzenleyeceği toplantılara katılmak için İKÜ tahsis ettiği/edeceği ilgili personel ile beraber katılım sağlanması.

3.13. İKÜ'nün ilgili iletişim alanında yeni iş fikirleri geliştirmesine zemin hazırlamak amacı ile aylık olarak konvansiyonel iletişim, dijital iletişim ve pazarlama dünyasına yönelik trend raporlarının İKÜ ekibi ile paylaşılması.

3.14. Ajans'ın hizmet sırasında gerçekleştireceği tüm çalışmalar ile ilgili olarak başta reklam denetim otoriteleri olmak üzere tüm resmi ve idari kurumlar tarafından konulan kurallara uygun konvansiyonel ve dijital iletişim stratejisini, ilgili mecra standartlarıncaya geliştirecektir.

Ajans 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 İKÜ'nün de onayı ve bilgisi dahilinde İKÜ'ye hizmet veren diğer ajanslar ile birlikte ve/veya koordineli bir şekilde yürütebilir.

3.15. Ajans, İKÜ için Türkçe'nin yanısıra ihtiyaç halinde İngilizce dilinde iletişim çalışması yapacaktır.

3.16. Ajans, İKÜ'nin istediği diğer dillerdeki proje ve içerikler için gerekli ana dil yetkinliğinde yabancı dil desteğini sağlamaya hazır olması gerekmektedir. İKÜ gerektiğinde belirtilen dillerde değişiklik yapma, arttırma ve eksiltme yapma hakkına sahiptir. Yeni eklenecek her dil ayrıca faturalandırılacaktır.

3.17. Ajans, İKÜ'nin ve ülke markasının itibarını zedeleyici ve ticari ahlaka aykırı bir fiilde bulunamaz.

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

3.19. İstenildiği takdirde Facebook reklamlarında ödeme yükümlülüğünün ajans tarafından üstlenilmesi.

3.20. İhaleye katılacak ajansın kendi şirket faaliyetinde 1 sene içerisinde toplamda 10 milyon TL'lik konvansiyonel reklam alımı yapmış olması gerekiyor.

3.21. Eğitim kurumlarıyla ilgili kampanyalarda tecrübe sahibi olunması.

TC İSTANBUL