**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА ТЕНДЕР**

Для выбора контрагента по оказанию рекламных услуг в сети Интернет

на период с 01 ноября 2018 года по 30 ноября 2019 года.

1. **Предмет тендера**

АКБ «Абсолют Банк» (ПАО) (далее Банк) проводит открытый тендер на предмет выбора поставщика услуг по подготовке и проведению рекламных кампаний, нацеленных на продвижение продуктов Банка в сети Интернет в период с 01 ноября 2018 года по 30 ноября 2019 года.

1. **Требования к участникам тендера и условия сотрудничества**
	1. Оказание широкого комплекса услуг: проработанная стратегия размещения; планирование и проведение кампаний по контекстной рекламе и лидогенерации; размещение медийно-контекстных ссылок, баннеров; посадочных страниц, разработка методов и подходов к аналитике результатов кампаний по продвижению продуктов в интернете; проведение и анализ эффективности кампаний, разработка предложений по их корректировке.
	2. Наличие необходимых: профессиональных, материально-технических и людских ресурсов для выполнения обязательств по договору; квалифицированных специалистов, имеющих индивидуальные действующие сертификаты **ЯндексДирект**, **Google** **AdWords**, **Mytarget**, с подтверждением в виде предоставленных соответствующих сертификатов по каждому сотруднику.
	3. Наличие возможности оперативного (в течение 3 рабочих дней) изменения наборов ключевых слов, площадок размещения и инструментов продвижения.
	4. Выделение персональных менеджеров под проекты Банка с возможностью постоянной оперативной связи в течение рабочего дня и регулярного посещения Банка не реже 1 раза в месяц с целью презентации новых инструментов продвижения, утверждения стратегии продвижения имеющихся и новых продуктов Банка.
	5. Возможность предоставления дополнительных услуг: обзоры рынка Интернет рекламы, аналитика по проводимым кампаниям, разработка графических материалов, баннеров и посадочных страниц для рекламных кампаний и предоставление статистических данных.
	6. Наличие релевантного опыта работы на территории РФ не менее **3 лет**.
	7. Наличие подтвержденного опыта работы с финансовыми организациями, банками из **ТОП100** по рейтингу **banki.ru** по активам.
	8. Перечень типовых требований к участникам конкурса:
* отсутствие просроченной задолженности по уплате налогов в бюджеты всех уровней и обязательных платежей в государственные внебюджетные фонды;
* участники конкурса не должны быть неплатежеспособными, находиться в процессе ликвидации (для юридического лица), быть признанными несостоятельным (банкротом);
* участником конкурса не может являться предприятие, организация, индивидуальный предприниматель, на имущество которой наложен арест, и (или) экономическая деятельность которой приостановлена;
* отсутствие возбужденных уголовных дел и неснятых судимостей в отношении руководителей;
* наличие финансовых средств, производственных мощностей, оборудования и других материальных возможностей;
* положительная деловая репутация;
* отсутствие судебных исков.
	1. Документы: копии договоров, подтверждающие начало деятельности по профилю, отзывы и рекомендации клиентов.
	2. Отсутствие невыполненных обязательств перед третьими лицами.
1. **Описание тендерного задания**

Абсолют Банк сегодня – это Банк с 25-летней историей, ориентированный на достижение технологического лидерства в стратегических направлениях развития. Банк трансформируется из универсального в нишевого технологичного игрока с высокой экспертизой в залоговом кредитовании. Банк внедрил цифровой процесс в ипотечном и авто кредитовании, банковских гарантиях малому и среднему бизнесу. Платформа «Банк 3.0» позволяет принимать решение по кредиту в течение 30 минут и быстро выходить клиентам на сделку.

Абсолют Банк входит в ТОП-40 финансово-кредитных организаций России по размеру активов и представлен в 25 регионах РФ.

* 1. В 2018-2019 году (годовой период) АКБ «Абсолют Банк» (ПАО) планирует проведение рекламных кампаний в сети Интернет по продвижению следующих банковских продуктов в регионах присутствия Банка исходя из следующей (прогнозной) раскладки:
* *Ипотека - 20% от общего бюджета.*
* *Вклады физических лиц – 50% от общего бюджета.*
* *Комиссионные продукты - 10% от общего бюджета*.
* *Малый и средний бизнес (открытие счетов, банковские гарантии*) *- 20% от общего бюджета.*
	1. Задачи кампаний:
* *Увеличение продаж банковских продуктов через электронные каналы во всех регионах присутствия Банка.*

*Плановые объемы результатов продвижения по каждому из продуктов в 2018 г. приведены в таблице* ***Приложение №2*** *При этом, ожидаемые результаты по каждому из продуктов:*

*- контекстная реклама – целевые переходы;*

*- лидогенерация – сформированная заявка (лид);*

*- медийная реклама – и целевой переход, и количество показов.*

* *Повышение узнаваемости Банка через электронные каналы во всех регионах присутствия Банка. Приоритетные атрибуты продвижения бренда: технологичность в ипотеке, МСБ, надежность во вкладах розничных и VIP клиентов.*
	1. Целевая аудитория:
* Розничные продукты: наиболее активная возрастная группа - от 30 до 50 лет, Сфера деятельности - работа в частных компаниях (ООО, ПАО, НКО и др.) наемными служащими, имеют семью, количество детей - от 1 ребенка, доход на члена семьи в мес. - от 30 тыс. руб., образование - высшее или неоконченное высшее, ученая степень.
* Малый и средний бизнес: выручка: до 130 млн. руб. в год.

Отрасль: преимущественно торговые компании (бытовая химия, пищевая промышленность, аптеки, медицина, строительство, рестораны и др.), компании сферы услуг, РЖД

* 1. Регионы присутствия Банка:

**Ипотека**: Москва и московская область, Санкт-Петербург, Вологда, Воронеж, Екатеринбург, Иркутск, Казань, Краснодар, Красноярск, Магнитогорск, Набережные Челны, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пенза, Пермь, Ростов на Дону, Самара, Саратов, Стерлитамак, Тольятти, Тюмень, Уфа, Челябинск.

**Вклады**: Москва и московская область, Санкт-Петербург, Архангельск, Воронеж, Выборг, Екатеринбург, Иркутск, Казань, Краснодар, Котлас, Магнитогорск, Набережные Челны, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пенза, Пермь, Ростов на Дону, Самара, Саратов, Северодвинск, Стерлитамак, Тюмень, Уфа, Челябинск.

**МСБ**: вся территория РФ.

* 1. Конкуренты:

**Ипотека**: ВТБ, Сбербанк, Дельта Кредит Банк, Райффайзен Банк, Промсвязьбанк, СовкомБанк, Тинькофф.

**Вклады**: ВТБ, Сбербанк, Райффайзен Банк, МКБ, Открытие, Промсвязьбанк, СовкомБанк, Тинькофф, Почта Банк.

**Банковские гарантии**: Банк СКИБ, Держава, Совком Банк, БинБанк.

1. **Состав Работ**

Стратегия продвижения банковских продуктов указанных в **Приложении №2**, оформление в виде презентации.

Продвижение в сети Интернет розничных банковских продуктов, банковских продуктов малого и среднего бизнеса с помощью следующих инструментов (**Приложение №2**):

* 1. **Контекстная реклама** - это реклама, содержание которой зависит от результатов клиентского запроса в поисковых машинах Яндекс, Google. Ссылка с рекламного объявления ведет на целевую страницу заказчика.
	2. **Лидогенерация** (CPL).Генерация лидов (лидогенерация) - технология сбора контактной информации людей, заинтересованных в приобретении банковского продукта. Такая модель продаж подразумевает оплату за лид – заполненную и отправленную заявку
	3. **Медийная реклама** - это текстовая, звуковая, графическая, видео информация, призванная привлечь внимание целевой аудитории к рекламным материалам с оплатой и за показы, и за переходы.
	4. **Другие виды диджитал (digital) рекламы**,SMM, CPA - Разработка и размещение тизеров, баннеров в интернете с оплатой за целевое действие - регистрации клиента и/или направление дистанционной заявки на продукт и/или переход на целевую страницу.
	5. Разработка логики и графической концепции баннеров и посадочных страниц.
	6. Регулярный, не менее 1 раза в неделю, мониторинг эффективности проводимых кампаний на основе статистической информации систем Web-аналитики. Предоставление рекомендаций по корректировке кампаний.
1. **Условия оплаты и другие платёжные условия**
	1. Банк готов производить 100% оплаты по факту оказания услуг. При необходимости осуществления авансового платежа его величина не должна превышать 50% от суммы оказываемой услуги.
2. **Требования к оформлению коммерческого предложения**
	1. Коммерческое предложение должно содержать презентацию по стратегии продвижения каждого банковского продукта указанного в **Приложении №2** (необходимо заполнить **Приложение №2**).
	2. Все коммерческие предложения предоставляются в Банк в электронном виде, посредством их пересылки на электронные почтовые ящики Банка, адреса которых приведены в пункте **7.1**.
	3. Указанные в коммерческом предложении сведения о тендерном претенденте (о компании-участнике настоящего тендера) должны полностью соответствовать информации, представленной в документе "Анкета участника", которая заполняется тендерным претендентом отдельно в специальной документарной форме, отраженной в **Приложении №1** КП к настоящему документу.
	4. Коммерческие предложения, содержащие текстовую буквенно-цифровую информацию (письма, договоры, сметы, таблицы и т.д. и т.п.) должны быть оформлены в формате файлов, пригодных для свободного открытия в программном обеспечении Microsoft Word и/или Excel;
	5. Коммерческие предложения, содержащие графическую информацию (фотографии, сканированные копии оригинальных бумажных документов, чертежи, различные картинки, рисунки и т.п.) должны быть оформлены в формате файлов, пригодных для свободного открытия стандартными средствами Microsoft Windows, например файлы формата \*.jpg, \*.tif, \*.gif, \*.bmp.
	6. Коммерческие предложения, содержащие специализированные демонстрационные материалы (презентации, брошюры, описания и т.п.) должны быть оформлены в формате файлов, пригодных для свободного открытия в программном обеспечении Microsoft PowerPoint и/или в Adobe Acrobat.
	7. В случае если в Банк поступит коммерческое предложение содержащее файл или файлы, которые не будут доступны для ознакомления (нечитаемые и/или неоткрывающиеся файлы), то Банк вправе: либо повторно запросить у тендерного претендента предоставить эти же файлы, но уже в новом, пригодном для ознакомления формате (читающемся и/или открывающимся); либо отказаться от рассмотрения этих файлов и, как следствие, от ознакомления со всем коммерческим предложением в целом.
	8. Во всех направляемых в Банк коммерческих предложениях необходимо указать окончательную сумму в российских рублях с учетом действующей ставки НДС. В случае если НДС не взимается, то необходимо указать по какой причине. В случае если коммерческое предложение выставляется иностранной валюте, то необходимо указать курс пересчета в российские рубли на конкретную дату.
	9. Во всех направляемых в Банк коммерческих предложениях необходимо **отдельно указать размер (%) взимаемой агентской комиссии**.
	10. К любому коммерческому предложению, в обязательном порядке, необходимо оформлять в качестве отдельного приложения проект Договора о сотрудничестве с Банком в рамках рассматриваемой тендерной тематики. В случае если в Банк поступит коммерческое предложение без проекта Договора о сотрудничестве, то такие предложения Банк не рассматривает и, соответственно, до участия в тендере не допускает.
3. **Условия, сроки и каналы предоставления коммерческих предложений и запрашиваемой информации**
	1. Дата начала приема предложений 01.10.2018г. Дата окончания приема предложений – 18.10.2018г.
	2. Банк принимает к рассмотрению тендерные предложения и сопутствующую информацию только в соответствии с критериями, приведенными в разделе **6** настоящего документа. Полностью сформированные тендерные предложения необходимо направлять на следующие электронные адреса Банка:

v.samodurova@absolutbank.ru, e.permyakov@absolutbank.ru, S.prokhorov@absolutbank.ru

* 1. Контактная информация об уполномоченных сотрудниках Банка для получения разъяснений по условиям тендера и заполнению форм (с понедельника по пятницу и с 10:00 до 17:00):

**Самодурова Виктория**

**Рабочий телефон: +7 (495) 995-10-01, добавочный 52-273.**

* 1. Тендерные предложения, переданные отличным от указанного в пункте **7.1** способом, Банком рассматриваться не будут.
	2. Затраты организаций на подготовку тендерных предложений Банк не компенсирует.
	3. АКБ "Абсолют Банк" (ПАО) обязуется не разглашать информацию, полученную в процессе проведения тендера от его участников.
1. **Условия участия и определение победителя тендера**
	1. Коммерческие предложения должны быть изложены на русском языке, в понятной и доступной для понимания форме. По возможности, необходимо избегать фраз, понятий и т.п., допускающих неточное или двусмысленное толкование.
	2. Коммерческие предложения должны быть подготовлены в "лучшем" и окончательном варианте, т.к. Банк может принять решение о выборе поставщика без дополнительных или последующих переговоров. Если Банку потребуется получить какие-либо уточнения или дополнения по представленному на тендер коммерческому предложению, то сотрудники Банка обязательно свяжутся с заинтересовавшей Банк организацией.
	3. Получение предложений не обязывает Банк к каким-либо ответным действиям. Банк оставляет за собой право проводить / не проводить переговоры с любым из участников тендера по своему усмотрению, принять или отклонить любое, или все предложения без объяснения причин. Предоставление в Банк коммерческого предложения для участия в настоящем тендере означает полное согласие с представленными условиями, а также принятие всех требований, изложенных в настоящем документе.
	4. Обращаем внимание на то, что цена не всегда являться единственным критерием выбора поставщика. Банк рассчитывает получить от всех тендерных претендентов предложения о сотрудничестве, отвечающие всем современным тенденциям рассматриваемого сегмента рынка и, прежде всего, с гибкими условиями оплаты и высоким уровнем сервиса.
	5. По итогам оценки представленных коммерческих предложений Банк оставляет за собой право заключить договорные отношения о сотрудничестве с тем поставщиком, предложение которого будет представлять, по мнению Банка, наиболее выгодные условия.
	6. По окончании проведения тендера, в рамках рассматриваемой тематики, любой из тендерных претендентов вправе устно или посредством электронной почты запросить Банк о том, какое решение принял Тендерный Комитет относительно коммерческого предложения сделанного им (тендерным претендентом) ранее. Банк вправе устно или посредством электронной почты оповестить всех или некоторых тендерных претендентов о принятом решении Тендерного Комитета относительно коммерческого предложения конкретного тендерного претендента.
	7. Победителем конкурса признается участник, предложивший наилучшие комплексные, наиболее выгодные для Банка условия сотрудничества.