

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на оказание услуг по организации серии развлекательно-образовательных мероприятий HUMO в формате Quiz и Stand Up.

1. Общая информация

Заказчик: HUMO

Площадка: Food Mall

Период сотрудничества: 12 месяцев

Формат: серия регулярных развлекательных мероприятий под брендом HUMO × Food Mall.

В рамках сотрудничества планируется проведение:

Stand Up

Quiz

Ориентировочная регулярность — по одному Stand Up и одному Quiz в квартал.

При этом мероприятия должны рассматриваться не как отдельные активности, а как части единого регулярного проекта HUMO × Food Mall, объединенного общей идеей, визуальным стилем, коммуникацией и механикой взаимодействия с аудиторией.

2. Цель проекта

Создать регулярный развлекательный формат HUMO × Food Mall, который:
формирует дополнительную точку контакта HUMO с аудиторией;
повышает узнаваемость и эмоциональную привлекательность бренда;
создает позитивный пользовательский опыт взаимодействия с HUMO;
привлекает дополнительный трафик на площадку Food Mall;
стимулирует повторное посещение мероприятий;
позволяет органично интегрировать HUMO в досуг аудитории;
формирует вокруг проекта собственное сообщество участников;
создает регулярный контент для digital-каналов HUMO и Food Mall.

3. Разработка общей концепции проекта

Подрядчику необходимо предложить единую креативную концепцию серии мероприятий HUMO × Food Mall.

Концепция должна объединять Stand Up и Quiz в один узнаваемый проект и объяснять взаимосвязь этих форматов.

Необходимо предложить:

название / нейминг проекта;

основную идею;

позиционирование;

ключевой коммуникационный посыл;
визуальный подход;
общую механику проекта;
регулярность мероприятий;
логику чередования или объединения Stand Up и Quiz;
механику взаимодействия с аудиторией;
механики, стимулирующие повторное участие.

Подрядчик может предложить как проведение Stand Up и Quiz в разные даты, так и единый комбинированный формат, например:

Stand Up → интерактив с аудиторией → Quiz для команд → награждение → неформальное продолжение вечера.

Предпочтительно рассмотреть вариант, при котором оба формата становятся частями одного сценария и формируют полноценный вечер HUMO × Food Mall.

4. Целевая аудитория

В рамках предложения подрядчику необходимо самостоятельно проработать и обосновать целевую аудиторию проекта.

Необходимо определить:
основные сегменты ЦА;
возраст;
интересы и поведенческие характеристики;
мотивацию для посещения мероприятий;
потенциальное количество участников/гостей;
каналы коммуникации с каждым сегментом.

Отдельно необходимо определить целевую аудиторию Quiz и принцип формирования команд.

Например:

компании друзей;
коллеги;
представители компаний;
студенческие команды;
постоянные посетители Food Mall;
подписчики HUMO и Food Mall;
сообщества и партнерские аудитории.

Подрядчик должен предложить оптимальную модель формирования команд исходя из концепции проекта.

5. Формат Stand Up

Подрядчику необходимо разработать и обеспечить проведение Stand Up-мероприятий.

В рамках предложения необходимо определить:

- формат мероприятия;
- продолжительность программы;
- количество выступающих;
- предложение по ведущему / МС;
- предложение по комикам;
- структуру и тайминг программы;
- механику взаимодействия артистов с аудиторией;
- интеграцию НУМО в программу.

Интеграция бренда должна быть нативной и органичной.

Необходимо избегать чрезмерного количества прямых рекламных упоминаний НУМО в выступлениях.

Допускаются:

- брендированные рубрики;
- интерактивы;
- игровые механики;
- специальные задания;
- короткие интеграции ведущего;
- переход от Stand Up к Quiz через общую механику мероприятия.

6. Формат Quiz

Подрядчику необходимо разработать концепцию командного Quiz.

Необходимо определить:

- тематику;
- количество раундов;
- продолжительность;
- количество команд;
- количество участников в одной команде;
- механику формирования команд;
- способ регистрации;
- систему подсчета результатов;
- формат ведущего;
- механику награждения.

Quiz должен быть доступным для широкой аудитории и не требовать специализированных знаний.

Допускается включение отдельных раундов или вопросов, связанных с НУМО, платежами, технологиями, городской жизнью, развлечениями и другими темами, соответствующими общей концепции.

При этом Quiz не должен восприниматься как проверка знаний о бренде НУМО. Дать варианты квиза для детей подростков.

7. Призовая механика

Для Quiz необходимо разработать отдельную призовую механику.

Подрядчик должен предложить:

категории победителей;
количество призовых мест;
типы призов;
стоимость призового фонда;
специальные номинации;
возможные подарки за участие;
брендированные призы HUMO;
механику вручения.

Возможно предусмотреть не только основные призы за 1–3 места, но и дополнительные номинации, например за самый необычный ответ, название команды, активность аудитории и т. д.

Призы должны соответствовать аудитории и общей концепции проекта.

8. Привлечение и приглашение гостей

Подрядчику необходимо разработать механику привлечения аудитории на каждое мероприятие.

Необходимо предложить:

каналы привлечения;
механику приглашения;
формат регистрации;
сроки начала коммуникации;
необходимую частоту анонсов;
работу с аудиторией Food Mall;
использование каналов HUMO;
работу с блогерами / лидерами мнений при необходимости;
партнерские каналы;
community-механики;
механики повторного приглашения участников предыдущих мероприятий.

Отдельно необходимо показать, как обеспечивается необходимое количество гостей и команд на каждом мероприятии.

9. Продвижение мероприятий

Каждое мероприятие должно сопровождаться полноценной коммуникационной кампанией.

Подрядчику необходимо предложить коммуникационный план по этапам:

До мероприятия:

анонс → регистрация → дополнительное продвижение → reminder-коммуникация → финальное приглашение.

В день мероприятия:

Stories / live-контент → фото → видео → вовлечение гостей → брендированный пользовательский контент.

После мероприятия:

фотоотчет → видео / Reels → результаты Quiz → победители → анонс следующего мероприятия.

Необходимо определить:

каналы продвижения;
контентные форматы;
период продвижения;
частоту публикаций;
роли HUMO, Food Mall и подрядчика;
необходимость таргетированной рекламы;
необходимость привлечения блогеров.

10. Единая визуальная концепция

Необходимо разработать единый визуальный стиль серии HUMO × Food Mall.

Он должен использоваться на протяжении всего периода сотрудничества и обеспечивать узнаваемость проекта.

В рамках визуальной концепции необходимо предусмотреть:

key visual;
оформление сцены;
экран / заставки;
фотозону;
навигацию;
оформление зоны Quiz;
оформление столов команд;
карточки / бланки / игровые материалы;
digital-материалы;
анонсы;
Stories;
Reels;
материалы для экранов Food Mall;
POSM при необходимости.
Все материалы должны соответствовать актуальному брендбуку HUMO.

11. Брендинг НУМО

Бренд НУМО должен быть заметно представлен на площадке, но интеграция должна выглядеть органично.

Необходимо предусмотреть:

- логотип НУМО;
- брендирование сцены;
- digital-экраны;
- брендирование Quiz;
- фотозону;
- оформление призовой зоны;
- брендирование материалов участников;
- возможные интерактивные бренд-зоны.

Подрядчик может предложить дополнительные нестандартные форматы интеграции НУМО.

12. Фото- и видеопроизводство

Каждое мероприятие должно сопровождаться профессиональной фото- и видеосъемкой.

Необходимо предусмотреть:

- фотографа;
- видеографа;
- репортажную съемку;
- съемку брендированных зон;
- съемку аудитории;
- съемку победителей;
- вертикальный контент для социальных сетей;
- итоговый Reels / highlight video.

В коммерческом предложении необходимо указать количество и сроки передачи готовых материалов после каждого мероприятия.

13. Организация мероприятия под ключ

Подрядчик должен обеспечить полный цикл подготовки и проведения мероприятий, включая:

- разработку концепции;
- сценарий;
- режиссуру;
- ведущего;
- артистов / комиков;
- организацию Quiz;
- регистрацию участников;

коммуникацию с гостями;
техническое обеспечение;
звук;
свет;
экран;
микрофоны;
мебель при необходимости;
декор;
POSM;
производство брендированных материалов;
призы;
персонал;
координаторов;
фото- и видеосъемку;
логистику;
монтаж и демонтаж;
безопасность;
техническое сопровождение мероприятия.

14. Customer Journey мероприятия

В рамках предложения подрядчик должен представить пример реализации одного мероприятия от первого контакта с аудиторией до завершения проекта.

Например:

Анонс → продвижение → регистрация → reminder → приход гостя в Food Mall → встреча/регистрация → Stand Up → интерактив → переход к Quiz → командная игра → награждение → фото/контент → пост-коммуникация → приглашение на следующее мероприятие.

Для каждого этапа необходимо показать:

действие аудитории;
точку контакта с HUMO;
роль Food Mall;
коммуникацию;
необходимый контент;
механику вовлечения.

15. Регулярность и взаимосвязь мероприятий

Подрядчику необходимо отдельно показать, как серия будет развиваться на протяжении 12 месяцев.

Каждое следующее мероприятие должно поддерживать интерес к проекту и продолжать коммуникацию предыдущего.

Желательно предусмотреть:

единую систему регистрации;
базу участников;
повторное приглашение гостей;
накопительные игровые механики;
рейтинг команд;
специальные финальные мероприятия;
сезонные темы;
recurring-контент;
механики community building.

Задача — сформировать ощущение регулярного проекта HUMO × Food Mall, на который аудитория хочет возвращаться.

16. KPI и отчетность

Подрядчику необходимо предложить измеримые KPI проекта.

Возможные показатели:

количество гостей;
количество зарегистрированных участников;
количество команд Quiz;
фактическая посещаемость;
доля повторных участников;
охваты коммуникационной кампании;
engagement;
количество созданного пользовательского контента;
просмотры фото- и видеоматериалов;
показатели работы блогеров при их привлечении.
После каждого мероприятия необходимо предоставлять краткий отчет с результатами и рекомендациями по улучшению следующего мероприятия.

17. Требования к коммерческому предложению

Коммерческое предложение должно содержать:

Общую концепцию проекта HUMO × Food Mall.
Нейминг и ключевую идею.
Описание целевой аудитории.
Концепцию Stand Up.
Концепцию Quiz.
Механику взаимосвязи двух форматов.
Механику формирования и привлечения команд.
План привлечения гостей.
Коммуникационную и promotional-механику.
Призовую концепцию.
Визуальную концепцию.
Customer Journey одного мероприятия.
Предварительный календарь на 12 месяцев.
KPI проекта.

Команду проекта.
Сроки подготовки.
Подробную смету.

18. Требования к смете

Стоимость необходимо представить детализированно, с возможностью оценки стоимости отдельных мероприятий и проекта в целом.

Обязательно указать:

стоимость разработки общей концепции;
стоимость 1 Stand Up;
стоимость 1 Quiz;
стоимость комбинированного мероприятия Stand Up + Quiz, если такой формат предлагается;
стоимость проведения всех 8 мероприятий;
ведущие / артисты / комики;
техническое обеспечение;
оформление и декор;
производство POSM;
фото- и видеопроизводство;
продвижение;
блогеры — при наличии;
призовой фонд;
персонал;
логистику;
монтаж / демонтаж;
безопасность;
агентскую комиссию;
налоги / НДС.

Дополнительные опции должны быть вынесены отдельными строками.

Стоимость необходимо предоставить таким образом, чтобы Заказчик мог отдельно оценить обязательную и дополнительную части проекта.

19. Ожидаемый результат

По итогам тендера HUMO ожидает получить не предложение по проведению восьми отдельных мероприятий, а готовую концепцию регулярного проекта HUMO × Food Mall на 12 месяцев.

Проект должен иметь собственную узнаваемую идею, объединять развлекательный контент, Stand Up и Quiz, обеспечивать системное привлечение аудитории и создавать устойчивую ассоциацию с брендом HUMO.