

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на оказание услуг по PR-сопровождению бренда HUMO до конца 2027 года

1. Общая информация

Заказчик планирует привлечь PR-агентство для комплексного PR-сопровождения бренда HUMO до конца 2027 года.

Цель сотрудничества — обеспечение устойчивого, качественного и системного присутствия бренда HUMO в информационном поле, повышение узнаваемости, укрепление репутации и доверия к бренду, продвижение продуктов, сервисов, инициатив и мероприятий HUMO.

2. Цели проекта

PR-агентство должно обеспечивать достижение следующих измеримых показателей:

- разработка медиаплана на основании инфоповодов Заказчика, включая подбор площадок, форматов и сроков размещения, с обоснованием выбранной стратегии и прогнозируемыми результатами
- выполнение согласованного плана публикаций (СМИ, Telegram, Instagram и др.);
- общий и уникальный охват размещений;
- количество размещений в приоритетных и топ-СМИ;
- выполнение медиаплана (факт размещений vs план);
- показатели вовлеченности (лайки, комментарии, репосты);
- выполнение KPI по инфлюенсерам (охваты, вовлеченность, публикации);
- соблюдение сроков запуска и реализации PR-активностей;
- своевременное предоставление отчетности и аналитики.

3. Основные задачи подрядчика

PR-агентство должно оказывать полный цикл PR-поддержки HUMO, включая следующие направления:

3.1. Контент и копирайтинг

- подготовка пресс-релизов, новостей, информационных сообщений, статей, комментариев и других PR-материалов;
- подготовка текстов для Telegram-каналов, Instagram, YouTube и иных digital-площадок;
- адаптация материалов под формат конкретной площадки;
- перевод материалов на русский, английский и узбекский языки;
- обеспечение высокого качества текста, соответствия tone of voice бренда и редакционным стандартам.

3.2. Медиапланирование

- разработка медиапланов под каждый инфоповод, кампанию или PR-активность;
- подбор площадок для размещения с учетом целевой аудитории, релевантности, охвата, репутации и формата коммуникации;
- подготовка аргументированного предложения по выбору площадок;
- предварительное согласование медиаплана и бюджета с Заказчиком до начала размещений.

3.3. Работа со СМИ и digital-площадками

- взаимодействие с редакциями СМИ, Telegram-каналами и другими площадками;
- бронирование и размещение PR-материалов;
- контроль сроков и качества публикаций;
- обеспечение выхода материалов на согласованных условиях;

- сопровождение публикаций и коммуникации с редакциями до фактического размещения.
- 3.4. Инфлюенсер-маркетинг

- подбор блогеров и лидеров мнений под конкретную задачу и целевую аудиторию;
- подготовка рекомендаций по формату интеграций;
- разработка сценариев для роликов, сторис, рилс и публикаций;
- контроль качества созданного инфлюенсерами контента;
- контроль соблюдения сроков, технического задания и согласованных обязательств;
- оценка эффективности размещений у блогеров.

3.5. Бюджетирование

- предоставление бюджета по каждой PR-активности до старта работ;
- детализация всех расходов по статьям: размещение, производство, блогеры, съемка, сервисные и иные расходы;
- согласование бюджета с Заказчиком до запуска;
- обеспечение прозрачности ценообразования и отчетности по фактическим расходам.
- фиксация цен на оказываемые услуги и размещения на период 12 месяцев.

3.6. Отчетность

- своевременная подготовка регулярных отчетов по проведенным активностям;
- аналитическая оценка эффективности каждой кампании;
- предоставление выводов и рекомендаций по улучшению следующих активностей.

4. Каналы коммуникации и форматы размещения

Подрядчик должен работать со следующими каналами и форматами:

- национальные и отраслевые СМИ;
- новостные и информационные порталы;
- Telegram-каналы;
- Instagram;
- YouTube;
- офлайн-мероприятия;
- инфлюенсеры и блогеры;
- спецпроекты и нативные интеграции.

5. Требования к качеству работ

Подрядчик обязан обеспечить:

- высокое качество текстов, визуалов и сценариев;
- соответствие материалов имиджу и коммуникационным задачам HUMO;
- корректность терминологии и соблюдение стандартов бренда;
- отсутствие фактических, стилистических и смысловых ошибок;
- релевантность материалов конкретной целевой аудитории и площадке;
- своевременную подготовку и согласование материалов;
- соблюдение сроков на всех этапах работ;
- готовность оперативно вносить правки по замечаниям Заказчика.

6. Порядок работы

Для каждой PR-активности Подрядчик обязан предоставить Заказчику следующий пакет документов и материалов:

1. Медиаплан
2. Бюджет с детализацией

3. Сценарий / тексты
4. Контроль выхода материалов
5. Посткампейн-отчет с анализом результатов не позднее 7 дней после публикации инфоповода

7. Требования к работе с блогерами и инфлюенсерами

Подрядчик должен:

- самостоятельно осуществлять поиск и подбор блогеров;
- предлагать кандидатов с обоснованием выбора;
- учитывать соответствие аудитории блогера задачам кампании;
- готовить сценарии и технические задания для интеграций;
- контролировать качество съемки, монтажа и подачи материала;
- контролировать публикацию сторис, рилс, постов и других форматов;
- предоставлять результаты по каждой интеграции.

8. Ключевые показатели эффективности

При оценке работы агентства будут учитываться:

- количество и качество публикаций;
- общий и уникальный охват;
- Share of Voice;
- число выходов в топ-СМИ;
- качество работы с Telegram-каналами;
- эффективность инфлюенсерских интеграций;
- качество и своевременность подготовки материалов;
- выполнение сроков и согласованных задач;
- качество отчетности;
- репутационный эффект от проведенных кампаний.

При необходимости Заказчик вправе дополнительно устанавливать KPI по каждой отдельной кампании.

9. Сроки исполнения

Подрядчик должен обеспечить:

- оперативную подготовку медиапланов и бюджетов;
- своевременное согласование материалов;
- быстрое реагирование на срочные инфоповоды;
- соблюдение согласованных сроков размещений, съемок и публикаций.

Сроки реализации отдельных PR-активностей определяются в рамках утвержденного годового и оперативных рабочих планов.

10. Ожидаемый результат

По итогам сотрудничества Заказчик ожидает получить:

- системное PR-сопровождение бренда HUMO;
- качественный контент и стабильное медиаприсутствие;
- эффективную работу со СМИ, Telegram и digital-площадками;
- качественно реализованные инфлюенсерские и спецпроектные кампании;
- рост узнаваемости и позитивного восприятия бренда;
- прозрачную аналитику, отчетность и управляемость PR-процессами;
- оперативную поддержку коммуникаций по текущим и срочным инфоповодам.