

נספח תכולת השירותים

1. כללי

- 1.1. נספח תכולת השירותים נועד לפרט, להבהיר ולהרחיב אודות השירותים שיידרש כל אחד מהמציעים הזוכים במכרז פומבי מס' 1/20 למתן שירותי פרסום פרויקטי נדל"ן להעניק לדירה להשכיר - החברה הממשלתית לדירור ולהשכרה בע"מ במסגרת הסכם ההתקשרות (להלן: "**הספקים**", "**המכרז**", "**ההסכם**" ו-"**החברה**", בהתאמה).
- 1.2. למען הסר ספק מובהר, כי כל המונחים שיפורטו במסגרת נספח זה יפורשו על פי ההגדרות שניתנו להם בהזמנה להציע הצעות של המכרז ו/או בהסכם.
- 1.3. כן מובהר, כי האמור בנספח זה בא להשלים ולהבהיר את הוראות ההזמנה להציע הצעות של המכרז ואת הוראות ההסכם ובכל מקרה מודגש, כי במקרה של סתירה בין המסמכים האמורים (כאמור לעיל), יהיה הספק מחויב להוראה המחמירה מביניהן, לפי קביעת החברה.

2. הוראות כלליות ביחס לאופן מתן השירותים

- 2.1. **מובהר, כי תוצרי שירותי הפרסום שישפך הספק, יתבססו על האסטרטגיה המיתוגית הכוללת של החברה אשר תועבר לספק, ועל כן, באחריות הספק לספק את השירותים לפרויקט הספציפי אותו ילווה.**
- 2.2. לצורך מתן השירותים יעמיד הספק לרשות החברה צוות פרסום כמפורט בסעיף 4.4.1 להסכם, אשר אנשיו הינם בעלי ניסיון בפרסום פרויקטי נדל"ן כאשר לפחות אחד מאנשי הצוות הינו בעל ניסיון בתחום הנדל"ן למגורים. אנשי הצוות יועסקו בהעסקה ישירה ו/או עקיפה על ידי הספק ויאושרו מראש ובכתב ע"י החברה (להלן: "**אנשי הצוות**").
- 2.3. הספק מתחייב, כי יועסק על ידו, בין היתר, נציג אשר ישמש כאיש קשר של הספק מול החברה בכל זמן השירות ומינויו יאושר ע"י החברה (להלן: "**איש הקשר**").
- 2.4. אין בהתקשרות על פי ההסכם כדי לתת לספק בלעדיות על ביצוע השירותים, לחייב את החברה בקשר להיקף השירותים שיוזמנו מהמזכיר, אם בכלל, או להגביל את זכות החברה להזמנת שירותים מנותני שירותים נוספים או לבצע אותם בעצמה.
- 2.5. על הספק להביא בחשבון, כי ייתכן והשירותים יידרשו ממנו בגין פרויקטים שונים במקביל או במועדים שונים, ויהא עליו לספק את כלל השירותים על פי תכולת השירותים, לרבות לעמוד בלוחות הזמנים והיקפי כוח האדם הנדרשים כמפורט במסמכי מכרז זה וללא כל תוספת תשלום.
- 2.6. הספק מוותר על כל טענה ו/או תביעה בהקשר להיקף השירותים שידרשו ממנו, בין אם הוא גבוה או נמוך משציפה, לרבות תביעה לפיצוי על הוצאות שהוציא לצרכי המכרז ו/או התארגנות ו/או אבדן הכנה ו/או הוצאות הסתמכות, מוניטין וכיו"ב.
- 2.7. סמכויות הספק במסגרת תכולת השירותים תקבענה בנהלי עבודה שיועברו ע"י החברה, במחירון ייעודי שייבנה לפרויקט ובמדיניות ההנחות וההטבות שתגובש לפרויקט.
- 2.8. על אף האמור בכל מקום אחר מובהר, כי הספק לא יהיה רשאי להתחייב בשם החברה כלפי אף גורם, לרבות הלקוחות הפוטנציאליים בפרויקטים, היה והספק יתחייב כלפי גורם כלשהו, תהיה החברה פטורה מהתחייבות זו ולא תישא בקשר אליה בכל אחריות שהיא.

3. השלב המקדים - אפיון תהליך טרום יציאה לפרסום

- 3.1. טרום היציאה לפרסום הפרויקט, הספק יתבקש ללמוד על הפרויקט ועל החברה את כל האספקטים הרלוונטיים.
- 3.2. הספק יידרש להכין ולהגיש לחברה מסמך, כמפורט להלן, המכיל את כלל המסקנות מתהליך טרום היציאה למכירה עד 30 יום ממועד היציאה לפרסום.
- 3.3. על הספק ללמוד את כלל מאפייני החברה הרלוונטיים אליו ובכלל זה, את המאפיינים והפעולות הבאות:
 - 3.3.1. מבנה החברה ובעלי התפקידים בחברה.
 - 3.3.2. תחומי העיסוק של החברה.
 - 3.3.3. אופן מיתוג החברה ומאפייניה השונים.
 - 3.3.4. היכרות עם פרויקטים קודמים וקיימים של החברה.
 - 3.3.5. סיור בפרויקט פעיל של החברה.
 - 3.3.6. תחום המדיה הדיגיטלית של החברה - אינטרנט, פייסבוק וכו'.
- 3.4. על הספק ללמוד את כלל מאפייני פרויקט הנדל"ן הרלוונטי למתן השירותים על ובכלל זה:

דירה להשכיר - החברה הממשלתית לדירור ולהשכרה בע"מ

מכרז פומבי מס' 1/20 למתן שירותי פרסום פרויקטי נדל"ן

- 3.4.1 היכרות מעמיקה של כלל האספקטים הפרסומיים והשיווקיים של הפרויקט.
- 3.4.2 הכנת בריף שיווקי ביחס לפרויקט הכולל התייחסות לשוק, למוצר, SWOT, קהל יעד וכו'.
- 3.4.3 היכרות עם תמהיל הדירות, התכניות והמפרטים של הדירות המוצעות לשכירות בפרויקט.
- 3.4.4 היכרות עם שטחי הציבור ושיטת הניהול של הפרויקט.
- 3.4.5 זיקוק ערכים מבדלים ברמת הפרויקט, החברה והשיטה המהווים ערך מוסף לתהליך הפרסום של הפרויקט.
- 3.5 על הספק ללמוד את הסביבה העסקית ביחס לפרויקט, ובכלל זה, בין היתר, את הנושאים הבאים:
 - 3.5.1 ביצוע ניתוח של הסביבה העסקית (האזור, העיר, השכונה, שוק יד ראשונה ושנייה).
 - 3.5.2 ביצוע סקר מתחרים, לרבות סביבת מחירים, בשוק יד ראשונה ויד שנייה בסביבה העסקית של הפרויקט והצגתו לחברה.
 - 3.5.3 ביצוע ניתוח ביקושים.
 - 3.5.4 ביצוע בחינת היצע וביקוש ביחס לפרויקט, לרבות המחירים בסביבה העסקית הרלוונטית.
 - 3.5.5 ניתוח קהל היעד הפוטנציאלי, צרכיו ואפיון ביקושים.
 - 3.5.6 ביצוע ניתוח SWOT, התנגדויות צפויות, יתרונות יחסיים וערכים לבידול.
4. **בניית אסטרטגיה שיווקית-מיתוגית:**
 - 4.1 על הספק להכין בריף שיווקי לפרויקט, ולבצע, בין היתר, את המשימות הבאות:
 - 4.1.1 על הספק לבנות את האסטרטגיה השיווקית-המיתוגית של הפרויקט, המתבססת על האסטרטגיה המיתוגית של החברה אשר שתועבר אל הספק. הספק יתאם את האסטרטגיה השיווקית של הפרויקט יחד עם החברה לרבות יועץ המיתוג של החברה.
 - 4.1.2 על הספק להתייחס לשוק, למוצר, SWOT, לקהל יעד וכו"ב.
 - 4.1.3 על הספק לתת דגשים ו/או התאמות נדרשות ברמת המוצר, ככל שתידרשנה.
 - 4.1.4 על הספק להיות מעורב בבניית מחירון ייעודי לפרויקט.
 - 4.2 על הספק להשתתף בפגישות מקצועיות שוטפות שתיערכנה במשרדי החברה יחד נציגי החברה, נציגי חב' השיווק וכל מי מטעם החברה בהתאם להחלטת החברה. על הספק להכין חומרים מקצועיים לישיבות בהתאם לצורך ולהנחיית החברה. הפגישות תתקיימנה לאורך כל תקופת השיווק והפרסום של הפרויקט בתדירות של לפחות אחת לשבועיים או בתדירות אחרת, בהתאם לשיקול דעת החברה.
 - 4.3 על הספק לגבש קונספט שיווקי לפרויקט ולבצע, בין היתר, את המשימות הבאות:
 - 4.3.1 על הספק לחפש ולפתח קונספט שיווקי ויזואלי המתחבר לשפה האסטרטגית של החברה אשר מדגיש את היתרונות היחסיים והמבדלים של הפרויקט.
 - 4.3.2 על הספק להציג את הקונספט השיווקי במנהלת השיווק לצורך אישורו.
 - 4.3.3 על הספק לבנות 3-4 חלופות קריאטיב לקונספט השיווקי לפרויקט, בין השאר:
 - 4.3.3.1 אפיון, ערכים וחוקיות.
 - 4.3.3.2 לוח השראה, פלטת צבעים, פונטים, שפה צילומית ודוגמאות של יישום השפה הקריאטיבית.
 - 4.3.3.3 שם, לוגו וסלוגן לפרויקט.
 - 4.4 על הספק לגבש קונספט קריאטיבי לפרויקט ולבצע, בין היתר, את המשימות הבאות:
 - 4.4.1 על הספק להציג 3-4 חלופות קריאטיב המתאימות לקונספט השיווקי במנהלת השיווק.
 - 4.4.2 על הספק לגבש קונספט מוביל ע"י אחת מהחלופות הקריאטיביות תוך קבלת דגשים ממנהלת השיווק לחידוד הקונספט המוביל.
 - 4.4.3 על הספק לגבש תוצרי שיווק ומיתוג לפרויקט.
 - 4.4.4 על הספק לנהל וללוות את תהליך בניית הנראות הכללית והמיתוג של הפרויקט, על כל פרטיו.
 - 4.5 על הספק לבנות תוצרי שיווק ומיתוג לפרויקט על בסיס הקונספט הקריאטיבי הנבחר ובכלל זאת לבצע, בין היתר, את המטלות הבאות:

דירה להשכיר - החברה הממשלתית לדיוור ולהשכרה בע"מ

מכרז פומבי מס' 1/20 למתן שירותי פרסום פרויקטי נדל"ן

- 4.5.1 על הספק ליצור שפה גרפית לכל סוגי הדפוס והמדיה - לוגו, סלוגן, פונט, צבעים, שפה צילומית.
- 4.5.2 על הספק לבנות את תוצרי השיווק והמיתוג לפרויקט על בסיס הקונספט הקריאטיבי שאושר על ידי החברה ואשר יתאימו לקונספט הקריאטיבי ולמיתוג של החברה.
- 4.5.3 על הספק לכתוב תוכן שיווקי.
- 4.5.4 על הספק להכין מצגת קצרה לאנשי המכירות וגריד מצגת.
- 4.5.5 על הספק לערוך סרטון תדמית - סרטון בן 30 שניות לקידום הפרויקט המתאים להצגה באתר אינטרנט, פייסבוק ופרסומות.
- 4.5.6 על הספק להכין גינגל פרסומי לתחנות רדיו ו/או מענה טלפוני.
- 4.5.7 על הספק להכין עיצוב תיק או מארז ושקית לקיט מכירה.
- 4.5.8 על הספק להכין עיצוב פולדר לפרויקט.
- 4.5.9 על הספק להכין עיצוב גריד לתכניות המתחם.
- 4.5.10 על הספק להכין עיצוב גריד לתכניות דירה.
- 4.5.11 על הספק לעצב דף פייסבוק לפרויקט ו/או לחברה.
- 4.5.12 על הספק לעצב דף נחיתה לפרויקט באתר החברה.
- 4.5.13 על הספק להכין ניירת משרדית: כרטיס ביקור, גריד לנייר מכתבים, מעטפות, חתימה למייל, לוגו למסמכים וכיו"ב.
- 4.6 על הספק לבנות תוצרי פרסום לפרויקט על בסיס הקונספט הקריאטיבי הנבחר ובכלל זה לבצע, בין היתר, את המטלות הבאות:
 - 4.6.1 על הספק לספק חומרים שיווקים לדברי דפוס.
 - 4.6.2 על הספק לעצב באנר לפרסום באינטרנט.
 - 4.6.3 על הספק לבנות עמוד נחיתה מותאם WEB ו-MOBILE.
 - 4.6.4 על הספק לבנות דף ברשתות חברתיות לפרויקט.
 - 4.6.5 על הספק להכין שילוט לנקודת מכירה - גדר מדברת, דגלול, שילוט, טוטם וכל אלמנט נוסף שיידרש על ידי החברה.
 - 4.6.6 על הספק להכין גריד למודעה - שלטי חוץ ועיתונים.

5. ניהול קמפיין פרסום

- 5.1 תקציב הפרסום יידרש הספק לבצע, בין היתר, את המשימות הבאות:
 - 5.1.1 בניית תקציב פרסום לפרויקט הכולל עלויות הדפסה ופריסת מדיה - באחריות הספק לאשר תקציב פרסום ותקציב פריסת מדיה מול החברה.
 - 5.1.2 בניית אסטרטגיה פרסומית דיגיטלית.
 - 5.1.3 התאמה בין האסטרטגיה המיתוגית של החברה לבין האסטרטגיה השיווקית של הפרויקט.
- 5.2 חומר הפרסום לדפוס יידרש הספק לבצע, בין היתר, את המשימות הבאות:
 - 5.2.1 הגהות וסגירה להדפסות של חומרי הפרסום שנבחרו לפרויקט.
 - 5.2.2 הורדה לדפוס של חומרי הפרסום.
 - 5.2.3 התמורה בגין הפקת חומרי הפרסום:
 - 5.2.3.1 על הספק להגיש שלוש הצעות מחיר מבתי דפוס שונים לחומרי הפרסום שנבחרו לפרויקט, ובהתאמה לתקציב הפרסום שאושר. החברה שומרת לעצמה את הזכות לדרוש מהספק לקבל הצעת מחיר מבית דפוס לבחירתה.
 - 5.2.3.2 על הספק לאשר אחת מהצעות המחיר כאמור מול החברה לצורך הורדת חומרי פרסום לדפוס, לאשר את הצעת המחיר מול בית הדפוס, לסגור לוחות זמנים לביצוע ולפקח על טיב העבודה והתוצרים.
 - 5.2.3.3 באחריות הספק להעביר את התשלום לבית הדפוס, על פי תנאי התשלום שנקבעו בהצעת המחיר.
 - 5.2.3.4 בכפוף להצגת קבלה ע"י הספק וקבלת חומרי הדפוס יועבר לספק התשלום מנגד.
- 5.3 תקציבי הפרסום שלא לחומרי הדפסה (סרטון תדמית, שקיות ומארזים, קיט מכירה, וכו'):
 - 5.3.1 על הספק להגיש שתי הצעות מחיר מספקים רלוונטיים, בהתאמה לתקציב הפרסום שאושר. החברה שומרת לעצמה את הזכות לדרוש מהספק לקבל הצעת מחיר מספק לבחירתה.

דירה להשכיר - החברה הממשלתית לדירור ולהשכרה בע"מ

מכרז פומבי מס' 1/20 למתן שירותי פרסום פרויקטי נדל"ן

- 5.3.2. על הספק לאשר אחת מהצעות המחיר, על כל תנאיה, כאמור מול החברה.
- 5.3.3. על הספק לסגור הצעת מחיר ו/או הסכם מול הספק הרלוונטי, לסגור לוחות זמנים לביצוע ולפקח על טיב העבודה והתוצרים.
- 5.3.4. באחריות הספק להעביר את התשלום לספק הרלוונטי על פי תנאי התשלום שנקבעו בהצעת המחיר ו/או בהסכם כאמור.
- 5.3.5. בכפוף להצגת קבלה וקבלת התוצרים המוזמנים - יועבר לספק התשלום מנגד.
- 5.4. ניהול המדיה, יידרש הספק לבצע, בין היתר, את המשימות הבאות:
 - 5.4.1. על הספק לנהל את רכש המדיה בהתאם לפריסת המדיה שאושרה - מובהר, כי על הספק יהיה לרכוש את המדיה ולנהל את כל תהליך רכישת המדיה בעצמו. עוד מובהר, כי עלויות רכש המדיה ישולמו לספק עם הצגת קבלה על תשלום לחברות המדיה, ובהתאם לתקציב הפרסום ורכש המדיה שאושר.
 - 5.4.2. שחרור תקציבי פרסום ומדיה בהתאם לצרכי הפרויקט ובכפוף לבחינה שוטפת של עלות מול תועלת.
 - 5.4.3. ניהול שוטף של המדיה הדיגיטלית של הפרויקט - דף פייסבוק (עדכון פוסטים, מענה לפניות בפייסבוק), עדכון באנרים, קידום אורגני וכו'.
 - 5.5. קריאייטיב לאירועי קידום מכירות (קד"מ) יידרש הספק לבצע, בין היתר, את המשימות הבאות:
 - 5.5.1. שירותי עיצוב וקריאייטיב לטובת אירועי קד"מ.
 - 5.5.2. הפקת חומרי עזר וחומרי פרסום נלווים לטובת אירועי קד"מ.

6. התנהלות שוטפת

- 6.1. בנושא הניהול השוטף יידרש הספק:
 - 6.1.1. להשתתף בישיבות צוות מקצועי בנוגע לפרויקט ובתוך כך יידרש הספק להשתתף בישיבות עם הגורם המשווק, להשתתף בישיבות עם מנהלת שיווק ולהשתתף בישיבות הפנימיות של החברה הנוגעות להיבטים השיווקיים-פרסומיים של הפרויקט.
 - 6.1.2. לתת מענה שוטף וזמין לנציגי החברה.
 - 6.2. בנושא הדיווחים השוטפים יידרש הספק:
 - 6.2.1. להגיש תקציב פרסום ורכש מדיה חודשי מעודכן אשר יכלול תיאור של התקציב המאושר אל מול הניצול בפועל.
 - 6.2.2. להגיש ניתוח עלות מול תועלת לכל אחד מערוצי המדיה בהתאם לכמות ואיכות הלידים.
 - 6.2.3. להגדיר את המדדים ודרכי המדידה לבחינת אפקטיביות הקמפיין ולוחות הזמנים למדידה, ניתוח התוצאות והסקת מסקנות.
 - 6.3. הספק יידרש לעדכן באופן שוטף את הקריאייטיב על פי המסרים הפרסומיים המשתנים במהלך תקופת המכירה של יחידות הדירור להשכרה בפרויקט ובכלל זה לבצע את המשימות הבאות:
 - 6.3.1. הענקת שירותי עיצוב וקריאייטיב לצורך התאמת חומרי השיווק, הפרסום והמכירה של הפרויקט למסרים הפרסומיים המשתנים.
 - 6.3.2. התאמת חומרי הפרסום, לרבות הפרסום הדיגיטלי, למסרים הפרסומיים המשתנים.

7. שירותי הפרסום הנוספים

- 7.1. החברה תהיה רשאית לדרוש מהספק להעניק לה שירותי פרסום (כמפורט לעיל) בתחומים ו/או בנושאים נוספים/אחרים (להלן: "שירותי הפרסום הנוספים"). במקרה כאמור התמורה שתשולם לספק תהיה לפי האמור בנספח א' להסכם. מובהר, כי בחירת החברה לקבלת שירותי הפרסום הנוספים תהיה נתונה לשיקול דעתה הבלעדי והמוחלט של החברה.