ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

на оказание услуг по настройке контекстной рекламы сайта https://lipovka-sanatory.ru/ в системе Яндекс Директ и таргетированной рекламы Вконтакте официального аккаунта Вконтакте <https://vk.com/id558185313> ГАУЗ СО «ОСБМР «Липовка»

1. Общие требования

Заказчик: Государственное автономное учреждение здравоохранения Свердловской Области  «Областная специализированная больница медицинской реабилитации  «Липовка»

Исполнитель: рекламное агентство.

Предмет договора: услуги по ведению рекламной кампании

Сроки оказания услуг: 90 календарных дней с даты подписания договора.

Место проведения: г. Екатеринбург

2. Требования к качеству и безопасности услуг, к их количественным (объему), техническим и функциональным характеристикам.

2.1. Требования к услугам по настройке и ведению рекламы сайта https://lipovka-sanatory.ru/ в системе Яндекс Директ.

Исполнитель должен выполнять работы:

|  |
| --- |
| 1.Экспресс аудит сайта рекламодателя (единоразово). Составление рекомендаций по юзабилити сайта |
| 2.Проверка адаптации сайта под мобильные устройства. |
| 3.Проверка целевой аудитории по Яндекс.Метрике: социально-демографический таргетинг (корректировки ставок), интересы, география, время, устройства |
| 4.Проверка корректной работы счетчика аналитики Яндекс.Метрика, для рекламных кампаний Яндекс.Директ, установка при его отсутствии. Проверка корректной работы целей Яндекс.Метрика, при необходимости настройка целей проверка отслеживаемых целевых действий |
| 5.Подключение сервиса проверки статуса модерации |
| 6.Подключение сервиса проверки ссылок на редиректы и 404 ошибки |
| 7.Синхронизация рекламных аккаунтов Яндекс.Директ с системами аналитики Яндекс.Метрика |
| 8.Подключение автоматизированной системы управления ставками в Яндекс.Директ |
| 9.Создание виртуальной визитки Яндекс Организация |
| 10.Контроль расходов и баланса |
| 11.Корректировка ставок по необходимости |
| 12.Контроль работоспособности целевых страниц: 404, редиректы |
| 13.Анализ статистики в течение месяца, предложения и рекомендации при необходимости внесения изменений (замена запросов/интересов, изменение бюджета, ставок) |
| 14.Предоставление сводки (скриншот из интерфейса): показы, клики, цели, без выводов. По запросу, не чаще, чем 1 раз в неделю |
| 15.Корректировка лимитов с учетом статистики |
| 16.Анализ площадок: добавление неэффективных сайтов в списки запрещенных площадок |
| 17.Доработка рекламных кампаний на основе нововведений рекламных систем |
| 18.Ежемесячный отчет по окончанию периода с рекомендациями по оптимизации рекламы |
| 19.Подбор и проверка запросов и аудиторий |
| 20.Подбор релевантных посадочных страниц в объявлениях |
| 21.Создание релевантных заголовков и текстов объявлений, использование шаблонов |
| 22.Добавление UTM-меток |
| 23.Изменение URL целевых страниц в рекламном объявлении, если заказчиком внесены изменения на сайте. Заказчик обязан предоставить информацию об изменении URL страниц не позднее, чем за 5 рабочих дней до внесения изменений на сайте |
| 24.Создание сегментов на основе Яндекс.Метрики |
| 25.Использование различных стратегий: Стандартные стратегии (максимум кликов) и Конверсионные автостратегии (оптимизация конверсий, рентабельности) |
| 26.астройка ключевых целей в Яндекс.Директ: посещение страниц, JavaScript-событие, звонок, клик по телефону, клик на email, отправка формы, e-commerce (при настроенной электронной коммерции) |
| 27.Сбор и настройка условий показа: ключевые фразы, краткосрочные интересы, сегменты Яндекс.Метрики, похожие аудитории |
| 28.Проработка статуса "мало-показов" |
| 29.Дополнительная аналитика ключевых слов вне отчета за месяц (по запросу не более 1 раза в месяц): конверсионные фразы, неэффективные фразы |
| 30.Создание одной дополнительной группы текстов в ротацию |
| 31.Создание мобильных объявлений, при наличии мобильной версии |
| 32.Настройка понижающих или повышающих корректировок ставок на мобильные устройства |
| 33.Добавление новых объявлений/акций/смена баннеров (по запросу) общая сумма измененных ключевых слов не должна превышать 20% от исходного списка в течение одного отчетного периода |
| 34.Добавление отображаемых ссылок |
| 35.Добавление расширений в объявлениях Яндекс.Директ - уточнение, 8 36.быстрых ссылок и описание к ним, цена, картинки, контакты |
| 37.Сбор списка минус-слов до запуска рекламной кампании для кампаний на Поиске |
| 38.Анализ поисковых запросов: расширение списка минус-слов для кампаний на Поиске |
| 39.Настройка разных типов соответствий ключевых слов для кампаний на Поиске |
| 40.Исключение пересекающихся запросов (кросс-минусовка) для кампаний на Поиске |
| 41.Создание текстово-графических объявлений: стандартных и широкоформатных (до 50 изображений в группе) для РСЯ и Ретаргетинга |

2.2. Требования к услугам по настройке и ведению таргетированной рекламы Вконтакте официального аккаунта Вконтакте <https://vk.com/id558185313>

Исполнитель должен выполнить работы:

|  |
| --- |
| 1.Экспресс аудит сайта рекламодателя (единоразово). Составление рекомендаций по юзабилити сайта |
| 2.Проверка кода Метрики, если отсутствует — установка |
| 3.Цели в Метрике — проверка наличия, проверка корректности настройки, установка и настройка (при необходимости), проверка отслеживаемых целевых действий, корректировка и настройка отслеживания целевых действий (при необходимости), |
| 4.Установка Пикселя социальных сетей, настройка событий |
| 5.Подключение сервиса проверки статуса модерации |
| 6.Подбор релевантных посадочных страниц в объявлениях |
| 7.Создание релевантных заголовков и текстов объявлений |
| 8.Добавление UTM-меток |
| 9.А/В тестирование объявлений разных концепций объявлений (по запросу при достаточном бюджете) |
| 10. URL целевых страниц в рекламном объявлении, если заказчиком внесены изменения на сайте. Заказчик обязан предоставить информацию об изменении URL страниц не позднее, чем за 5 рабочих дней до внесения изменений на сайте |
| 11.Подбор таргетов под ЦА: |
| география |
| соц-дем, семейное положение |
| интересы |
| профессии / должности |
| уровень дохода |
| события (день рождение/праздник) |
| крупные бренды |
| ретаргетинг по Пикселю |
| по базе клиентов (держатели карт лояльности) |
| Look-a-like: по базе, по сегментам Пикселя, по подписчикам |
| окружности (геополигоны) |
| ключевые слова |
| кастомные "узкие" сегменты от ТП Вк (по запросу) |
| авторизованы через ВК (тематические форумы) |
| динамические объявления по фиду |
| сохранение позитивной и негативной аудитории (исключение по воронке) |
| тип устройства смартфона |
| данные из Wifi радара (при наличии) |
| 12.Выбор плейсмента (место показа) |
| Лента |
| Сторис |
| 13.Формат рекламы (креативы с клиента) |
| запись с кнопкой (баннер или видео) |
| карусель (до 10 баннеров) |
| запись сообщества / конкретный пост в аккаунте |
| динамические объявления по фиду |
| 14.Настройка стратегий от цели рекламы: охват, трафик, вовлечение, конверсия (если есть Пиксель) |
| 15.Количество креативов в рамках ведения: 5 кампаний или 50 объявлений |
| 16.Анализ статистики в течение месяца, предложения и рекомендации при необходимости внесения изменений |
| 17.Предоставление сводки (скриншот из интерфейса): показы, клики, цели, без выводов. По запросу, не чаще, чем 1 раз в неделю |
| 18.Корректировка лимитов с учетом статистики |
| 19.Доработка рекламных кампаний на основе нововведений рекламных систем |
| 20.Ежемесячный отчет по окончанию периода с рекомендациями по оптимизации рекламы |

3.Порядок сдачи и приемки услуг

3.1Ежемесячно, не позднее первых 5 (пяти) рабочих дней после окончания отчетного периода, Исполнитель предоставляет Заказчику письменный отчет, содержащий следующие сведения:

Общие данные о кампании: средний расход за день, количество показов, количество кликов, CTR (отношение числа кликов к числу показов, выраженное в %), общий расход, средняя стоимость клика, глубина просмотра;

Данные по конверсии и посещению целевых страниц (в случае наличия Счетчика);

Статистика по инструментам и кампаниям: количество показов, количество кликов, CTR (отношение числа кликов к числу показов, выраженное в %), общий расход, средняя стоимость клика, % отказов, глубина просмотра;

Статистика по фразам: количество показов, количество кликов, CTR (отношение числа кликов к числу показов, выраженное в %), общий расход, средняя стоимость клика, % отказов, глубина просмотра;

Динамика изменения размещения;

Анализ рекламной кампании;

Списки проделанных работ за период;

Рекомендации для Заказчика.

В отчет могут быть включены и прочие сведения в случае, если они согласованы до начала следующего отчетного периода между Заказчиком и Исполнителем не менее чем за 5 рабочих дней.

3.2 Отчет направляется по электронной почте ответственному лицу Заказчика.

3.3 Ежемесячно в последний день календарного месяца Исполнитель формирует Акт сдачи-приемки выполненных работ (оказанных услуг) в соответствии с объемом фактически оказанных в отчетном периоде Услуг и направляет его Заказчику не позднее 7(семи) календарных дней после окончания соответствующего календарного месяца. В случае, если первые семь календарных дней после окончания соответствующего месяца были нерабочими, отправка акта сдачи-приемки выполненных работ (оказанных услуг) осуществляется во второй рабочий день месяца, следующего за отчетным.

3.5 Акт сдачи-приемки выполненных работ (оказанных услуг) направляется Заказчику по электронной почте ответственному лицу Заказчика. Отправка оригиналов актов и счетов-фактур осуществляется один раз в три месяца, по окончании каждого отчетного квартала. Акты сдачи-приемки выполненных работ (оказанных услуг) и счета фактуры могут быть переданы Заказчику посредством системы ЭДО «Диадок».

3.6 Заказчик принимает оказанные услуги за отчетный период путем подписания акта сдачи-приемки выполненных работ (оказанных услуг) в течение 5 (пяти) рабочих дней с момента его получения либо в этот же срок направляет мотивированные возражения. В случае если Заказчик в указанный срок не подпишет акт и не направит письменные мотивированные возражения, акт сдачи-приемки выполненных работ (оказанных услуг) считается подписанным, услуги оказанными в полном объеме без замечаний.