SMART Balkans
Civil Society for Shared Society in the Western Balkans

СЕГА
Коалиција на младински организации
www.sega.org.mk

ЈАВЕН ПОВИК

ЗА АНГАЖИРАЊЕ НА МАРКЕТИНГ АГЕНЦИЈА ЗА РАЗВИВАЊЕ НА КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА, КОМУНИКАЦИСКИ ПЛАН И КРЕИРАЊЕ НА МЕДИУМСКИ ПРОДУКТИ

ЗА ПОТРЕБИТЕ НА ПРОЕКТОТ

„ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО ВО УНАПРЕДУВАЊЕ НА РЕГУЛАТИВАТА ЗА МЛАДИ”

Јануари 2024

Norway
CPCD Centar za promociju civilnog društva
IDM Institute for Democracy and Mediation
Instituti për Demokraci dhe Ndërmjetësim
CRPM Center for Research and Policy Making
... policy impact since 2004

Коалицијата на младински организации СЕГА за потребите од спроведување на проектот „Граѓанското општество во унапредување на регулативата за млади“, поддржан од регионалниот проект СМАРТ Балкан - Граѓанско општество за поврзан Западен Балкан, објавува јавен повик за ангажирање на Маркетинг Агенција за развивање на комуникациска стратегија, комуникациски план и креирање на медиумски продукти

1. ОПИС И ЦЕЛИ НА ПРОЕКТОТ

Проектот „**Граѓанското општество во унапредување на регулативата за млади**“ има за **цел** граѓанскиот сектор активно да се застапува за унапредување на постојната законска регулатива за младинско учество, со што ќе се придонесе кон зајакнување на улогата на граѓанското општество за суштинско и транспарентно учество во процесите на донесување на одлуки и креирање политики.

Акцијата ќе започне со анализа на Законот за младинско учество и младински политики и ќе се мапираат потребите за интервенција за ефикасна примена на Законот. Во следната фаза ќе се пристапи кон национална кампања за јавно застапување на потребата од унапредување на Законот за младинско учество и младински политики, за во последната фаза да заврши со развивање на Предлог Закон за измени и дополнување на ЗМУМП[1] кој ќе биде доставен до Собранието, Владата и Агенцијата за млади и спорт.

Резултати на проектот: [1] Идентификувани потреби за интервенции за ефикасна примена на Законот за младинско учество и младински политики; [2] Зајакната свеста кај донесувачите на одлуки и јавноста за потребата од унапредување на примената на Законот за младинско учество и младински политики; [3] Развиен предлог Закон за измени и дополнување на Законот за младинско учество и младински политики преку широк консултативен процес.

Целни групи: [а] Млади на возраст од 15 – 29 години: средношколци, студенти, невработени млади, членови на локални младински совети; [б] Форми на младинско организирање: младински организации, организации за млади и младински чадор организации; [в] Службеници за млади; [г] Пратеници во Собрание на РСМ - со фокус на пратениците кои се дел од Клубот за младински прашања и политики.

Проектот го спроведува Коалиција на младински организации СЕГА во период од 16 месеци (09.06.2023 - 08.10.2024 година) со поддршка на регионалниот проект СМАРТ Балкан - Граѓанско општество за поврзан Западен Балкан имплементиран од Centar za promociju civilnog društva (CPCD), Центар за истражување и креирање политики (ЦИКП) и Институт за демократија и медијација (ИДМ), а финансиски е поддржан од Министерството за надворешни работи на Кралството Норвешка.

---

[1] Закон за младинско учество и младински политики, Службен В. на Р.С.М. бр: 10/2020 од 16.01.2020 година

2. ЦЕЛ НА ЈАВНИОТ ПОВИК

Целта на Јавниот Повик е да се избере Маркетинг Агенција која ќе биде одговорна за креирање, дизајнирање и спроведување на Онлајн кампања за јавно застапување за унапредување на Законот за младинско учество и младински политики.

Целта на кампањата е да се информира јавноста, особено младите и претставниците од младинскиот сектор за потребата од измени и дополнување на Законот за младинско учество и младински политики, како и да се обезбеди база на поддржувачи кои ќе се вклучат во консултативниот процес за измени и дополнување на Законот.

Маркетинг Агенцијата ќе биде одговорна да развие комуникациска стратегија, план за комуникација и креирање на медиумски продукти. Комуникациската стратегија ќе вклучи пораки до различните целни публики: млади, младински организации, донесувачи на одлуки на локално и национално ниво, и други засегнати страни.

Медиумските продукти кои ќе ги креира избраната Маркетинг Агенција преку активностите и продуктите во рамките на проектот, во форма на е-флаери, подкасти и кратки видеа ќе бидат активно дисеминирани од проектниот тим во дигиталниот простор.

3. ОПИС НА РАБОТНИ ЗАДАЧИ

Ангажираната Маркетинг Агенција ќе биде одговорна за следните задачи:

[1] Развивање на комуникациска стратегија и план:

- Организирање на онлајн работилница со проектниот тим при креирање на комуникациската стратегија
- Развој на комуникациска стратегија на Проектот за периодот февруари – септември 2024 година
- Комуникациската стратегија треба да содржи пораки за различни целни публики: млади, младински организации, донесувачи на одлуки на локално ниво, донесувачи на одлуки на национално ниво, и општа јавност.
- Комуникациската стратегија треба да ги опфати онлајн и офлајн активностите предвидени со проектот
- Планот за комуникација треба да вклучува: комуникациски алатки, продукти, медиуми (веб страна, социјални мрежи и традиционални медиуми), и временска рамка
- За јавните настани комуникацискиот план треба да вклучи објави за најава на настанот, во текот на настанот, за резултати / постигнувања од настанот, и последователна објава / продукт за поттикнување на мрежа на поддржувачи.

- За креирање и поттикнување на мрежа на поддржувачи на јавната кампања за застапување, комуникацискиот план треба да содржи минимум 2 објави неделно на медиумски продукт во точно определен временски интервал и канал на комуникација.
- Континуирано следење на успехот од имплементацијата на планот и навремена адаптација (на планот и алатките) во насока на остварување на целта на Кампањата.

[2] Креирање на медиумски продукти:

Маркетинг Агенцијата има обврска да:

- креира „брендинг“ за кампањата кој ќе содржи: мото, пакет дизајн темплејти за објави на веб, социјални и традиционални медиуми.
- Присуствува на сите јавни настани во рамките на проектот: 2 младински кругови, 1 национална работилница, 1 национална конференција и 8 регионални дискусии, и да генерира најмалку 1 медиумски продукт од секој од нив во согласност со комуникациската стратегија и план (како на пр. Кратки видеа (reels), Видео стории, подкасти, е-флаери и сл.)
- Да генерира медиумски продукти за поттикнување на мрежа на поддржувачи и да обезбеди зголемена интеракција со засегнатите страни преку редовни објави на социјални медиуми, е-маил маркетинг и сл. во согласност со комуникациската стратегија и план.

[3] Подготовка на извештај од медиумската кампања

- Извештајот треба да содржи наративно објаснување и аналитика на преземените акции кои произлегуваат од ангажманот, потребите од адаптации и промена во насока на остварување на целта на кампањата во согласност со барањата на Проектот.

4. ПОТРЕБНИ КВАЛИФИКАЦИИ И КРИТЕРИУМИ ЗА ИЗБОР НА МАРКЕТИНГ АГЕНЦИЈА

- Да е правно лице
- Најмалку 5 години искуство во креирање и спроведување на медиумски кампањи
- Докажано искуство во спроведување на најмалку 2 медиумски кампањи (вклучувајќи период, име на клиент и резиме на реализирани активности, примерок од медиумски продукти)
- Искуство во реализирање на слични проекти во соработка со граѓански сектор ќе се смета за предност

5. ВРЕМЕНСКА РАМКА и НАЧИН НА ПЛАЌАЊЕ

Маркетинг Агенцијата која ќе биде ангажирана за планирање и спроведување на Онлајн кампања за јавно застапување за унапредување на Законот за младинско учество и младински политики ќе треба работните задачи, согласно горе наведениот опис, да ги спроведе во периодот февруари – август 2024 година со следната динамика:

Опис на задача	**Период на испорака**
1. Развивање на комуникациска стратегија и план	Најдоцна до 20 февруари 2024
2. Креирање на медиумски продукти	Февруари – јули 2024
3. Подготовка и доставување на извештај од медиумската кампања	25 август 2024

За ангажманот на Маркетинг Агенцијата предвиден е надоместок во максимален износ од **4.500 евра (во бруто износ)** кои ќе бидат исплатени во денарска противвредност во 4 исплати (20% од износот во првиот месец од ангажманот, 30% на крајот од 3 месец од ангажманот, 30% на крајот од 5 месец од ангажманот, и максимум 20% по завршување на ангажманот - по завршен и одобрен извештај). Начинот на исплата ќе се регулира со взаемен договор и може да се промени во зависност од динамиката на активностите и испорачаните продукти.

6. ПОСТАПКА И ПРАВИЛА ЗА ПРИЈАВУВАЊЕ, РОК И ИЗБОР

Овој повик е **javen**.

Заинтересираните правни субјекти може да се пријават на Јавниот повик на:

aplikacija@sega.org.mk

со **назнака**: ,,**Пријава на јавен повик за Маркетинг Агенција**"

Со доставување на следнава документација:

1. Писмо за интерес
2. Финансиска понуда
3. Тековна состојба на правниот субјект (не постара од 6 месеци)
4. Портфолио на претходно реализирани медиумски кампањи (вклучувајќи период, име на клиент и резиме на реализирани активности, примерок од медиумски продукти)
5. Најмалку 3 референци од клиенти

Краен рок за доставување на пријавите е 25 јануари 2024 година, најдоцна до 16:00 часот.

Пристигнатите пријави ќе бидат евалуирани од страна на стручна комисија основана од Коалиција СЕГА.

Пријавите кои ќе пристигнат по наведениот рок, како и оние кои не се доставени според условите на повикот, нема да бидат земени предвид.

Апликантите ќе бидат информирани за исходот од постапката на пријавување на кандидатите.

За прашања поврзани со повикот може да нè контактирате на е-маил адреса: aplikacija@sega.org.mk, најдоцна до 22.01.2024 година.