Техническое задание

на оказание комплексной услуги по предоставлению доступа

к обучающему курсу по настройке таргетированной рекламы в VK на онлайн-платформе

1. Получатели услуг: действующие субъекты малого и среднего предпринимательства (далее — субъекты MCП), зарегистрированные на территории Челябинской области, внесенные в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, обратившиеся с запросами о предоставлении комплексной услуги в рамках ведения предпринимательской деятельности.
2. Исполнитель должен быть: самозанятый / индивидуальный предприниматель / юридическое лицо. Должен иметь документально подтвержденный опыт работы в указанной сфере не менее 3-х лет. Дополнительные требования: наличие положительных отзывов или рекомендаций от предыдущих клиентов.
3. Целью комплексной услуги является оказание помощи субъектам МСП Челябинской области в развитии бизнеса, продвижении продуктов и услуг на рынке и увеличение финансовых показателей, путем предоставления доступа к обучающему курсу по настройке таргетированной рекламы в VK на онлайн-платформе.
4. Комплексные услуги оказываются на основании Соглашения об оказании услуги для субъекта малого и среднего предпринимательства. Форма Соглашения приведена в приложении № 1 к Техническому заданию.
5. С получателем услуг заключается Акт об оказании услуги в момент передачи доступа к обучающему курсу, а также подписывается Согласие на обработку персональных данных. Форма Акта и Согласия приведены в Приложении № 2 и 3 соответственно.
6. Доступ к обучающему курсу по настройке таргетированной рекламы в VK на онлайн-платформе предоставляется на 45 дней.
7. По окончании предоставлении доступа получатели могут получить информационную поддержку в течении 2х месяцев в специализированном чате с Исполнителем.
8. Результат оказания услуги: полное представление участником как настраивать рекламные кампании в VK реклама для его бизнеса.
9. В конце календарного месяца, после оказания услуг, Исполнитель предоставляет отчет о предоставлении услуг, в котором указано количество услуг за месяц и список Получателей.

**Одному субъекту *MCП* может быть оказала одна комплексная услуга.**

1. Сроки оказания услуг: 45 дней.
2. Место оказания услуг: Челябинская область.
3. Содержание комплексных услуг:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Наименование комплексной услуги | **Состав комплексной услуги** | Единица измерения | Срок оказания услуги  |
| 1 | Услуга по предоставлению доступа к обучающему курсу по настройке таргетированной рекламы в VK на онлайн-платформе | При обращении учащиеся получают доступ к онлайн-платформе обучения.Программа разбита на 9 разделов, в которые включены обучающие видео-уроки. Программа постоянно пополняется и актуализируется. В конце разделов тренинга предусмотрены тесты для самостоятельной проверки знаний. Также учащиеся выполняют практические задания, которые проверяются кураторами. Учащиеся на платформе загружают результаты практических занятий и получают там же обратную связь от специалистов.Все учащиеся попадают в чат, где могут задавать вопросы специалистам тренинга. Также в чате проводятся прямые эфиры ежемесячно со спикером.Программа Тренинга.Раздел 1Тема «Подготовка к запуску рекламных кампаний»:- Разбор интерфейса кабинета VK ads.- Подготовка способов оплаты- Соблюдение закона о маркировке рекламы- Когда рекламная кампания приносит результаты- Как работают аукцион во Вконтакте- Из чего складывается цена за рекламу- Как понять, какой бюджет нужен на таргетРаздел 2Тема «Методы исследования целевой аудитории»- Частые заблуждения при изучении целевой аудитории- Методы исследования целевой аудитории - Описание сегментов ЦА Раздел 3Тема «Сбор аудиторий таргетирования»- Виды и свойства аудиторий в рекламном кабинете- Что такое парсеры и их возможности- Практика работы с парсерами, сбор аудиторий- Аудитории взаимодействия с рекламой и ретаргетинг- Создание аудиторий таргетинга из базы своих клиентовРаздел 4Тема «Создание рекламных объявлений»- Форматы объявлений для разных целей- Как писать рекламные тексты и готовые формулы для их написания - Составляющие эффективного рекламного объявления- Приложения и инструменты для создания креативов- Как взаимодействовать с подрядчиком по созданию креативовРаздел 5Тема «Создание рекламной кампании»- Какие бывают цели, их назначение и как выбирать- Как должна выглядеть тестовая рекламная кампания- Процесс создания рекламных кампаний, их редактирование- Как работать с оптимизацией бюджета рекламной кампании- Сколько аудиторий и креативов тестировать и зачем- UTM-метки и другие способы отслеживать трафик- Лидогенерация без сайтаРаздел 6Тема «Аналитика рекламной кампании»- На какие показатели нужно смотреть при аналитике кампании в рекламном кабинете- Как оценивать эффективность рекламной кампании- Работа с Яндекс.Метрикой - Как снизить цену целевого действия- Как принимать решения на основании данных- Масштабирование рекламных кампаний- Что делать, если ничего не работает?Раздел 7Тема «Ответы на часто задаваемые вопросы»- Как снизить стоимость клика?- Какой объем текста оптимально для рекламного объявления?- Как сформировать список УТП и посылов для рекламной кампании?- Почему важен контент-план?Раздел 8Тема «Подбор и контроль подрядчиков»- Что сейчас происходит на рынке таргетированной рекламы- Как устроены топовые и региональные агентства- Рынок фриланса- Как искать и отбирать достойных подрядчиков- Какие KPI устанавливатьРаздел 9Тема «Создание и донесение ценности клиентам»- Метод исследования проблем пользователей Jobs to be done- Метрики роста продукта- Что такое создание ценности для клиентов- Где заканчивается влияние маркетинга на рост продуктов | услуга | 45 дней |

Приложение № 1 к Техническому заданию

*ФОРМА*