

## MEDYA STRATEJİSİ VE PLANLAMA AJANSI İHALESİ TEKNİK ŞARTNAMESİ

**İŞİN ÇEŞİDİ:** İletişim Ajansları

**İŞİN NİTELİĞİ:** Medya Stratejisi ve Planlaması Danışmanlığı

**İŞİN ÖZEL ADI:** İstanbul Bilgi Üniversitesi Medya Strateji ve Planlama Ajansı İhalesi

**İŞİN KONUSU:** İstanbul Bilgi Üniversitesi'nin kuruma dair iletişim çalışmalarını daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak amacıyla, aşağıdaki alanda çalışmaların yapılması:

Medya Planlama ve Stratejisi: Ana stratejiye uygun, tüm konvansiyonel medya, dijital medya ve interaktif iletişim faaliyetlerinin televizyon, radyo, gazete, dergi, internet, sinema, iç ve dış mekanlar, açık hava gibi alanlarda planlanması, verilen onaylara göre uygulanması, yürütülmesi, yayınlanması, kontrolü, ekip yönetimi, strateji sunumlarının yapılması, analiz raporlarının yapılması ve sunulması işi ile ilgili gerekli tüm hizmetleri sağlamak.

**İŞİN SÜRESİ:** 12 (on iki) aydır

Şartnamede;

- İstanbul Bilgi Üniversitesi, BİLGİ
- Satın alınması yapılacak iş, HİZMET
- HİZMET kullanımı ile ilgili teklif veren kuruluş, AJANS olarak anılacaktır.

### ÖN KOŞULLAR

- İhaleye konsorsiyum veya iş ortaklığı olarak teklif verilebilir.
- AJANS istediği hizmet/hizmetler için ayrı ayrı teklif verebilir.
- İstekli ajansın aynı tüzel kişilikle en az 2 yıldır aktif durumda olması gerekmektedir.
- Sunulan referansların içinde sağlık, eğitim, tüketim ürünleri veya bankacılık sektörlerinden en az birinde faaliyet gösteren bir firma bulunması gerekmektedir.
- Vergi, harç ve benzeri giderler ilgili AJANS tarafından karşılanacaktır.
- Alınması planlanan hizmete ait ilgili ekip kadrolarının aşağıdaki nitelikleri karşılaması gerekmektedir.
  - Genel Müdür Yardımcısı
  - Grup Direktörü (Müşteri Çözüm)
  - Marka Müdürü/Direktörü (Müşteri Çözümleri)
  - Marka Müdürü/Direktörü (Dijital)
  - Müşteri Temsilcisi
  - Dijital Planlama Yöneticisi
- İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından verilen Brief doğrultusunda hazırlanacak sunum iletilmelidir. İş kapsamında hazırlanacak sunum fiyat dışı unsur olarak değerlendirilecektir. İhale esnasında her istekliye 20 dakikalık sunum süresi tanınacaktır. İhaleye katılım sağlayacak isteklilerin sunum briefi için Kurumsal İletişim ve Pazarlama Daire Başkanı Deniz Say Avtepe ile [deniz.say@bilgi.edu.tr](mailto:deniz.say@bilgi.edu.tr) e-posta adresi aracılığıyla iletişime geçmesi gerekmektedir.

### Sunumun Değerlendirilmesi

Bu ihalede ekonomik açıdan en avantajlı teklif, fiyat ve fiyat dışı unsurlar birlikte değerlendirilerek belirlenecektir. Toplam puan 100 (yüz) puan üzerinden hesaplanacak olup;

- Fiyat Puanı: 60 puan
- Fiyat Dışı Unsurlar: 40 puan üzerinden hesaplanacaktır.

Fiyat puanı aşağıdaki formüle göre hesaplanacaktır:

- Fiyat Puanı = (En düşük geçerli teklif bedeli / İsteklinin teklif bedeli) × 60

Fiyat Dışı Unsurlar ve Puanlama Kriterleri

- Fiyat dışı unsurlar toplam 40 puan üzerinden değerlendirilecektir. Teknik şartnamedeki yönlendirmelere göre hazırlanacak ve İstekliler tarafından gerçekleştirilecek sunumlar, aşağıda belirtilen kriterler çerçevesinde toplam 40 (kırk) puan üzerinden değerlendirilecektir.

1. İçerik Kapsamı ve Uygunluk (15 Puan)

Sunumun teknik şartname ve ihale kapsamına uygunluğu değerlendirilecektir.

2. Teknik Çözüm ve Yaklaşım (10 Puan)

Sunulan çözümün uygulanabilirliği, teknik yeterliliği ve detay seviyesi dikkate alınacaktır.

3. Metodoloji ve İş Planı (5 Puan)

İşin gerçekleştirilmesine yönelik yöntem, süreç ve planlama yaklaşımı değerlendirilecektir.

4. Sunumun Anlaşılabilirliği (5 Puan)

Sunumun düzeni, görsel kalitesi ve anlatım netliği dikkate alınacaktır.

5. Soru-Cevap Performansı (5 Puan)

Sunum sonrasında yöneltilen sorulara verilen cevapların yeterliliği değerlendirilecektir.

Toplam sunum puanı, yukarıdaki kriterler doğrultusunda verilen puanların toplamı olacaktır.

Toplam Puan Hesabı

Toplam puan aşağıdaki şekilde hesaplanacaktır:

Toplam Puan = Fiyat Puanı + Fiyat Dışı Unsurlar Puanı

Ekonomik açıdan en avantajlı teklif, en yüksek toplam puanı alan istekliye ait olacaktır. İstekliler, fiyat dışı unsurlara ilişkin beyan ve belgeleri teklif dosyası kapsamında sunmak zorundadır. Belge ile tevsik edilmeyen hususlar değerlendirmeye alınmayacaktır.

Değerlendirme yalnızca sunulan belgeler üzerinden yapılacaktır.

İdare gerekli gördüğü durumlarda açıklama talep edebilir.

Belirsiz, doğrulanamayan veya eksik bilgiler puanlamaya dahil edilmeyecektir.

## ALINMASI PLANLANAN HİZMETİN DETAYLI LİSTESİ

### Medya Stratejisi ve Planlama

- Kurumun ve alt markalarına uygun medya ve iletişim stratejisini oluşturmak
- Stratejik medya ve iletişim planları hazırlamak ve sunmak
- BİLGİ'ye dair yaratıcı fikirler sunmak, gündemdeki yenilikleri, yeni medya uygulamaları hakkında bilgilendirmek
- Yıllık veya dönemsel onaylanan iletişim planı satın almak, koordine etmek, yayına almak ve kontrol etmek
- Mecra sahipleri ile görüşmeler yaparak, mümkün olan en avantajlı koşullarla satın alımlar yapmak, yayın rezervasyonlarını hazırlamak
- Kampanya bazlı düzenli raporlama yapmak (haftalık, aylık, dönem sonu)
- Rekabet ve sektör analizi sunumu hazırlamak
- Medya performans takibi yapmak
- Rakip yeni reklam kullanımını bilgilendirmesi paylaşmak
- Gerçekleştirilen satın alma verimliliği ve etkinliği ile ilgili analizler yapmak
- Google arama motoru üzerinden Müşteri sitesi için SEM (search engine marketing) hizmetleri vermek
- Yıllık medya ortamı ve dinamikleri raporu hazırlamak

### Hizmet Detayı

Ajans yükümlülükleri, BİLGİ'nin uygunluk vermesi çerçevesinde aşağıdaki hususları kapsamaktadır.

Ajans, fonksiyonları ana kampanyalar ve genel iletişim için birlikte, koordineli bir şekilde çalışmayı taahhüt eder.

### **Medya Stratejisi ve Planlama**

- BİLGİ'nin tüm geleneksel ve dijital mecralardaki medya planlama ve satın almasını yapmak, yayın rezervasyonlarını hazırlamak ve BİLGİ'nin onayına sunmak
- BİLGİ tarafından yazılı olarak onaylanan medya planlarını mecralarda yayınlamak, yayın süresi ve sonrasında mecralarla olan görüşmeleri ve mutabakatları sağlamak
- Yayınların gerçekleştiğine dair BİLGİ'nin onayladığı bağımsız araştırma şirketlerinin raporlarına dayanarak yayınların gerçekleşip gerçekleşmediğini kontrol etmek, tüm dijital mecralarda gerçekleşen yayınların mutabakatını gerçekleştirmek
- Türkiye medya sektörü, mecraların yayınları ve yayınların performansları ile ilgili, BİLGİ'nin onayladığı araştırma şirketlerinin ürettiği dataları ve raporları baz alarak BİLGİ'nin talep ettiği araştırmaları ve analizleri gerçekleştirmek ve raporlamak
- BİLGİ'nin medya pazarlıkları için gerekli ön analiz, araştırma ve raporlamalarını gerçekleştirmek
- BİLGİ'nin rakiplerinin yayın sonrası reklam raporlarını hazırlamak, ayrıca toplam mecra yayınlarına ait raporlamaları gerçekleştirmek ve sunmak
- BİLGİ'ye ait stratejik medya ve iletişim planlarını hazırlamak ve sunmak
- BİLGİ yetkililerinden aldığı genel ve duruma özel bilgiler doğrultusunda, BİLGİ'nin markalarının kurumsal ve marka iletişim stratejilerine paralel ve destekleyici yapıda, hizmetin tanımına uygun şekilde hayata geçirilmesi için yaratıcı iletişim projeleri geliştirmek
- BİLGİ'nin ilgili iletişim alanında yeni iş fikirleri geliştirmesine zemin hazırlamak amacı ile yılda iki kez olarak geleneksel iletişim, dijital iletişim ve pazarlama dünyasına yönelik trend raporlarının BİLGİ ekibi ile paylaşmak
- Rekabette çıkan yeni reklam kullanımlarının raporlamak
- BİLGİ'nin yürütmekte olduğu kampanyalara hedeflerin oluşturulması, haftalık tracking raporlarını hazırlamak, kampanya kullanımlarının performansına göre kullanımları optimize etmek
- BİLGİ'nin hizmet aldığı ajanslar, diğer geleneksel medya ve sosyal medya hesap yönetimi, dijital- konvansiyonel medya planlama ajansları, dijital ve konvansiyonel proje ajansları, etkinlik ajansları, çizgi altı ajansları ve diğer tüm çözüm ortakları da dahil olmak üzere; BİLGİ'nin hizmet aldığı ve alacağı tüm ajanslara, geliştirilen ve hizmet dönemi içerisinde uygulanacak reklam, "geleneksel, dijital ve interaktif iletişim" kampanyaları ile ilgili yön verilmesi, gerekli durumlarda BİLGİ yetkililerinin de yönlendirmesi ile BİLGİ'ye hizmet veren farklı tüm reklam ajanslar ile beraber, koordineli ve uyum içerisinde çalışmak

### **Genel**

Tüm hizmet için geçerli olan başlıklar aşağıdaki gibidir.

- Ajanslar bu şartname kapsamında hazırladığı ve geliştirdiği herhangi bir çalışmaya ilişkin mevcut olanlara ilaveten gerekli resmi yetkilendirmeleri, izinleri, lisansları, ruhsatları almaktan ve sunmaktan sorumlu olacaktır. Ajans bu tür önizinlerin alınmasında, gereken durumlarda kendi üzerine düşen sorumluluğu BİLGİ'nin de onayı ve bilgisi dahilinde BİLGİ'ye hizmet veren diğer ajanslar ile birlikte ve/veya koordineli bir şekilde yürütebilir.
- Ajans'ın sorumluluk alanının gereği olarak gerekli ve ilgili tüm durumlarda BİLGİ'nin sözleşmeli ve/veya sözleşmesiz olarak çalıştığı diğer tüm ajanslarla ve medya planlama şirketleriyle koordineli olunması ve işbirliği yapılması gerekmektedir.
- Ajans, bu şartnamede belirtilen hizmetleri BİLGİ'ye, BİLGİ'nin vereceği sözlü ve/veya yazılı talimatlara uygun olarak ve BİLGİ'nin talebi doğrultusunda sunacaktır.

### **Fikri Mülkiyet**

AJANS tarafından BİLGİ'ye sunulan, üretilen, tasarlanan, eser, marka, faydalı model, sistem, yazılım, işletme modeli, proje vb. her türlü ürünü, süreyle sınırlı olmaksızın BİLGİ'nin mülkiyetinde olacak ve mali ve manevi tüm fikri mülkiyet hakları BİLGİ'ye devredilecektir. AJANS, BİLGİ'nin mülkiyetine bırakılan ürünleri süreyle sınırlı olmaksızın kendisi veya 3. Kişiler için kullanmayacağını kabul, beyan ve taahhüt eder.