

KONYA GIDA VE TARIM ÜNİVERSİTESİ
DİJİTAL İLETİŞİM DANIŞMANLIĞI ve YÖNETİMİ
HİZMET ALIMI İŞİNE AİT TEKNİK ŞARTNAMESİ

Madde 1- İşin Tanımı:

KONYA GIDA TARIM ÜNİVERSİTESİ'nin Dijital İletişim çalışmaları kapsamında gerçekleştirilecek tüm etkinlik ve çalışmalarının web sitesi, sosyal platformlar, v.b. mecralarda lansmanının düzenli, etkili şekilde yürütülmesinin planlanması, yönetilmesi ve geri bildirimlerin izlenmesi ve faaliyetlerin raporlanmasına ilişkin DANIŞMANLIK ve YÖNETİM hizmetlerini kapsar.

Madde 2- İşin Süresi:

Sözleşmenin taraflarca imzalanmasını müteakip 1 yıldır.

Madde 3- Tanımlar:

Bu teknik şartnamede KONYA GIDA VE TARIM ÜNİVERSİTESİ “Üniversite”, Hizmet veren “İstekli” olarak anılacaktır.

Madde 4- Amaç ve Kapsam:

İstekli, “Dijital İletişim Danışmanlığı ve Yönetimi” kapsamında aşağıda açıkça belirtilen hizmetleri vermekte yönetmekte tam yetkili olup, Üniversite’ye karşı sorumludur.

- 4.1. Üniversite'nin online iletişim stratejisinin belirlenmesi, uygulanmasının denetlenmesi ve raporlanması.
- 4.2. Dijital iletişim stratejilerinin genel ve dönemsel olarak belirlenmesi ve yönetime sunulması.
- 4.3. Üniversite’de yetkili tanıtım bölümü çalışanlarının düzenli olarak bilgilendirme ve strateji toplantıları ile bilgilendirilmesi.
- 4.4. Dijital iletişim stratejilerine uygun olarak, aylık iş planlarının hazırlanması ve uygulamaların takibi.
- 4.5. Web sitesinin genel teknik ve görsel yapısında değişiklik içermeksizin güncel gelişmelere uygun olarak haber, röportaj, araştırma v.b. içeriklerle güncellenmesinin planlanması ve uygulanması.
- 4.6. Dijital platformlarda yer alan web sitesi, mikro site, sosyal medya hesapları vb. tüm alanların incelenmesi ve mevcut durum analizleri yapılması.
- 4.7. Sosyal medya yönetimi hizmetinin verilmesi, planlanması ve yürütülmesi ve denetlenmesi
- 4.8. Üniversite tarafından hazırlanacak online basın bültenlerinin kontrolü ve uygun mecralarda yayınlanması
- 4.9. Dijital platformlarda yer alacak çalışmaların editoryal hizmetlerinin kontrol edilmesi.
- 4.10. Online platformlardan gelebilecek şikayet/kriz takibi ve yönetimi aşamasında standart yanıtların oluşturulması ve kriz yönetimi.
- 4.11. Online trend ve mecra takibi, bunlara uygun dijital proje geliştirilmesi ve bilgi notlarının paylaşılması.

- 4.12. Online lansman ve tutundurmaya yönelik, etkin proje fikirlerinin araştırılması, sunumu ve uygulama aşamasında danışmanlığı.
- 4.13. Online proje fikirlerinin oluşturulması ve gelen önerilerin değerlendirilmesi aşamasında paydaşlarla iletişime geçilmesi.
- 4.14. Gerekli görüldüğü durumlarda; Google adwords + placement performans bazlı planlama ve hizmet alımı ve Sosyal medya reklam modelleri ile ilgili strateji geliştirilmesi ve yönetimi
- 4.15. İnternet üzerinde gösterim ve / veya tıklama bazlı online medya planlama ve satın alma danışmanlığı.
- 4.16. Sosyal medya yönetimi (hesapların oluşturulması ve aktif yönetimi), Sosyal Medya hesaplarına ilişkin olarak detaylı bir planlama yapılması ve her sosyal medya hesabına göre bir iletişim stratejisinin belirlenmesi.
- 4.17. Tüm tanıtım faaliyetlerinin online PR kapsamında değerlendirilmesinin sağlanması.
- 4.18. Online Halkla İlişkiler, Reklam/tanıtım hizmetlerinin (projenin dijitalde ön lansman ve lansman çalışmalarının planlanması, Online mecraların etkin ve bütçelenerek kullanımının sağlanması ve koordinasyonunun gerçekleştirilmesi) koordine edilmesi ve uygulama aşamasında yönetim, denetim ve değerlendirmelerin yapılması.
- 4.19. Online medya planlama ve satın alma gerektirdiğinde ilgili ajanslardan alınacak hizmetlerle ilgili güncel ihtiyaçların tespit edilmesi ve dijital brief/bilgi notlarının hazırlanması.
- 4.20. Dijital İletişim planı kapsamındaki tüm dijital medya satınalma faaliyetlerinin ayrıca bütçe planı ile oluşturulması. (3, 6 veya 12 aylık planlama)
- 4.21. Teklif alınması süreçlerinde en doğru kaynakların tespit edilerek değerlendirilmeye alınmasının sağlanması.
- 4.22. Hizmet “online itibar yönetimi” olarak genel bir çerçevede verilmesi.
- 4.23. Sosyal medya editörlüğü, içerik geliştirme, mevcut içeriklerin sosyal medyaya uyarlanmasının planlanması ve denetlenmesi.
- 4.24. Reklam ajanslarından gelen çalışmaların görsel uygulama ve uyarlamalarının doğru yapılmasının denetlenmesi.
- 4.25. Her toplantının, toplantı notu ile kayıt altına alınması ve iş akış planı ile ilerlenmesi. (Çalışma takvimi kapsamında planlama yapılacaktır.)
- 4.26. Hizmet, Dijital iletişim danışmanlığı ve yönetimi hizmetini kapsayıp, dışarıdan alınacak hizmetlerin fiyatlandırılması ve araştırılması aşamasında Üniversite ile birlikte hareket edilecektir.
- 4.27. Dışarıdan alınacak olan hizmetlerde iş aktarımı ve tüm denetim İstekli tarafından yürütülecektir.
- 4.28. Sosyal medya hesaplarının işletilmesi ve görsellerin hazırlanarak onay ile birlikte bu hesaplarda kullanılması
- 4.29. Masa üstü yayın ile ilgili tasarım ve yayım işlemlerinin yapılması,takip edilmesi
- 4.30. Üniversitemizin mevcut sosyal medya hesaplarında günlük en az, gündemle ilgili yada genel bilgilendirme amaçlı bir içerik paylaşımı.
- 4.31. 7/24 Esasına göre yönetim hizmet verilmesi, gerektiğinde tanıtım ekibince belirlenecek kişiyle irtibat halinde olunması, çeşitli nedenlerle iletişim kurulamaması durumunda ilgili kanaldan (Eposta, SMS vb) en geç bir saat içinde geri dönülmesi yada başka bir çalışana yönlendirilmesinin yapılması.
- 4.32. Sosyal medya araçları için, yılda 4 (dört) kez olmak üzere talep edildiği kadar fotoğraf,

- video ve 360 derece görüntü çekilmesi, bu çekimlerde ihtiyaca göre Drone, Pro Jib, Jimmy Jib ile yapılması.
- 4.33. Sosyal medya için en az 2 adet/2 dilde tanıtım filmi niteliğinde video üretilmesi ve projenin muhafaza edilerek rakamsal yada içerik düzenlemesinin hiçbir maliyet gerektirmeden yapılması.
- 4.34. Akademik ve İdari birim çalışanlarının fotoğraflarının çekilmesi.
- 4.35. Sosyal medya için üretilen içeriklerin web sayfamızda yayınlanması halinde istenilen ölçülere göre uyarlanması.
- 4.36. Üretilen bütün içeriklerin, ham doküman ve projelerinin her on beş günde bir düzenli olarak FTP adresine yüklenmesi ve talebe göre aynı materyallerin ilgili birime gönderilmesi.

Madde 5- Rapor ve Değerlendirme

Üniversite'nin online iletişim stratejisinin belirlenmesi, uygulanmasının denetlenmesi ve raporlanması.

- 5.1 İstekli tarafından, haftalık toplantı notları ile kararlar ilgili yetkililere yayınlanacaktır.
- 5.2 Tüm dijital mecralarla ilgili olarak aylık durum değerlendirme raporu sunulacaktır.
- 5.3 Dijital Tanıtım faaliyetlerine ilişkin olarak dışarıdan alınacak hizmetlere yönelik alternatif tedarikçilerin araştırılacak ve idareye sunulacaktır.
- 5.4 Üniversite veya İstekli tarafından gerekli görüldüğü takdirde bağımsız dijital raporlama ve analiz hizmeti alımı.

Madde 6- Hizmet Fiyatına Dahil Olmayan Hizmetler

6.1. Hizmetin kalitesi ve yapısı gereği, İstekli tarafından sadece Üniversite'nin gerekli görüldüğü hallerde İstekli tarafından verilecek, ancak Hizmet fiyatlandırmasına dahil olmayan çalışmalardır. Aşağıda açıkça belirtilen bu çalışmalar talep edildiği dönem içerisinde Üniversite ile İstekli tarafından ayrıca fiyatlandırılır ve ancak Üniversite'nin onayı alındıktan sonra gerçekleştirilir.

1. Web sitesi yapısının değiştirilmesine yönelik çalışmalar,
2. Mobil uygulama, mikro site v.b. yan ürünlerin projelendirilmesi ve hayata geçirilmesi,
3. Projelendirilecek viral ve gerilla pazarlama ve tanıtım çalışmalarının gerçekleştirilmesine dair tüm hizmetler,
4. Hizmetin herhangi bir aşamasında, hizmetin kalitesi bakımından dışarıdan ek hizmet alınmasını gerektiren haller,
5. Dijital ortamda yapılacak tüm reklam çalışmalarının bedelleri,
6. Dışarıdan alınacak Analiz ve Raporlama hizmetleri
7. Twitter'da yapılan paylaşımların potansiyel hedef kitleye hitap eden fenomen hesaplar tarafından retweet edilerek veya alıntılama/yorum ile yayılımının sağlanması,
8. Gerçek profillerden oluşan hesaplarla paylaşımların olumlu yorumlanması/tohumlanması (seeding hizmeti)

Madde 7- Talimatlara Bağlılık

- 7.1. İstekli kendisine verilen görevi Üniversite'nin taleplerini aksatmadan, çıkarlarını dikkate

olarak, makul sürelerde yürütmek, gerekli bilgilendirme ve koordinasyon süreçlerini Üniversite ile birlikte yürütmek zorundadır.

- 7.2. İstekli, bunun haricinde çalışma yeri ve çalışma zamanı, çalışan sayısı ve niteliği gibi hususlarda bağımsızdır. Aynı şekilde, sözleşmenin usulüne uygun olarak yürütülmesi için gerekli olan, Üniversite'nin ön koşullarına da uyacaktır.

8- Diğer Hususlar

8.1.Bugüne kadar kaç farklı kuruluşun sosyal medya hesabını yönettiniz? Hali hazırda kaç farklı kuruluşla çalışmaktasınız?

8.2.Yönettiğiniz sosyal medya hesapları içerisinde en yüksek takipçi sayısına sahip 3 hesabın takipçi sayılarını paylaşabilir misiniz?

8.3.Sosyal medya üzerinden yürüttüğünüz reklam kampanyalarında şu ana kadar toplam kaç liralık bütçeyi yönettiniz?

8.4.En yüksek bütçeli 3 reklam kampanyanızın ayrı ayrı yaklaşık bütçelerini ve bu bütçeler ile yaptığınız çalışmaları (hangi platformda reklam verildi, hangi tür reklam verildi vb.) kısaca anlatır mısınız?

8.5.Sosyal medya hesabını yönettiğiniz kurumların faaliyet alanlarından/türlerinden (Eğitim, kamu, özel sektör, KOBİ vs.) kısaca bahseder misiniz?