

השירותים הנדרשים

א.

דרישות פרסום

- הכנת תוכנית פרסום ומדיה, בנייה (ובעתיד עדכון/חידוש) של קונספט קריאטיבי לקמפיינים, כתיבה ועיצוב, המותאם לקהל היעד השונים (תואר ראשון/שני/הוראה/מכינות ולשוק מטרה מפולח (לפי מגזר/מיגדר/ מיקום וכו').
- בניית תוכנית ופריסת מדיה לכל קמפיין ובכל ערוצי המדיה.
- פעילות קד"מ/פרסום ושיתופי פעולה עם גופים שונים שהמכללה קשורה אליהם/ גופי תקשורת/אתרים ככל שיידרש.
- שיתופי פעולה עסקיים מול גורמים מסחריים למטרות פרסום מכל סוג שהוא.
- פרסום בפלטפורמות שונות (מסורתיות וחדשניות).
- ביצוע אופטימיזציה לקמפיינים ולפעילות שוטפת בדיגיטל, תוך שיפור מתמיד במדדים.
- דיווח שוטף באמצעות דוחות וקבצים משותפים

ב.

דרישות לניהול ורכש מדיה

- הכנת תוכנית מדיה (כללית) ופריסה תקופתית מפורטת ע"פ תקציב שיוגדר ובהתאם ליעדים
- אומדן עלויות של כל פעילות (עלות רכישת המדיה, הפקות חומרים ועלויות נלוות ככל שיהיו).
- קביעת יעדי קמפיינים בדיגיטל (במונחי חשיפות/ הקלקות/, המרות וכד').
- יישום תוכנית הפרסום במדיות השונות (במסגרת התקציב שאושר, הזמנה ושריון של שטחי פרסום כפי שנקבעו ואושרו ע"י המכללה).
- הגשת החומרים הפרסומיים למדיות השונות, בהתאם להוראות המדיה לצורך יישום, הטמעה, בקרה ומדידה של פריטי הפרסום.
- בקרה שוטפת על איכות הביצוע בהתאם ליעדים שהוגדרו במהלך כל הקמפיין. פיקוח ומדידה שוטפים של הפעילות בכלל הכלים, וביצוע אופטימיזציה של הפעילות.
- ביצוע ניתוחים שוטפים והשוואתיים למדידת הצלחת הקמפיין לפי המדדים שנקבעו ולהסקת מסקנות לשיפור.
- סטטוס תקציבי ודוחות סיכום תקופתיים.
- תמיכה בפעילות התקשורתית הכוללת, לרבות שיתופי פעולה עם שירותי יח"צ, ושרותי שיווק נוספים, ככל שיהיו.
- הפקה תכלול: ייעוץ, אפיון, כתיבה, קריאטיב, עיצוב ועריכת וידאו, תכנות דפי נחיתה וכל הדרוש לפעילות ככל שיידרש.

ג.

דרישות למתן שירותי קריאטיב, הפקה וסטודיו

- שירותי פלינג, קונספט, קריאטיב, קופי ועיצוב לכל תוצרי הפרסום עבור כל ערוצי המדיה: מודעות, שלטים, באנרים, עמודי נחיתה, פוסטים עמודי נחיתה, תשדירים, סרטונים ועוד.
- בנייה ותכנון של סרטונים שיווקיים באינטרנט ובערוצי מדיה אחרים (מסכים דיגיטליים, טלביזיה...)

שירותי קופירייטינג, עיצוב, עריכה, התאמות, כתיבה והכנת חומרים חדשים, שירותי סטודיו אחרים (ברושורים, מצגות) לפי צרכי המכללה ולדרישתה.

באחריות הספק להגיש הצעות (שתי אופציות לפחות) לקריאטיב מסטר ולבצע התיקונים עד לקבלת אישור המכללה, לסגור הקבצים לפי הוראות המדיה ולהעבירם למפרסם ו/או לספק המדיה.

ככל שתהיה למכללה שפה עיצובית משלה (תוצר של תהליך המיתוג מחדש) על ספק להתחבר לשפה העיצובית, כולל שימוש בפונטים נבחרים על חשבון.

הזוכה מתחייב לגמישות גבוהה – הן בהיקף השירותים, כמות העבודה ושינויי סקיצות במהלך העבודה ("יתכנו מספר פרויקטים בו-זמניים, הנדרשים למועדי אספקה חופפים, יעמיד הספק לטובת המכללה מספר מעצבים במקביל, בהתאם לצורך. הספק מתחייב לאפשר סבבי תיקונים ללא הגבלה והוא לא יהיה זכאי לתוספת תשלום כלשהי בגינם).

מועדי הביצוע לכל משימת עיצוב ייקבעו על ידי המכללה והספק מתחייב לעמוד בזמנים אף אם המדובר לעיתים בזמני עבודה צפופים.

סיום העבודה ייחשב כשנציג המכללה יאשר בכתב שהעבודה בוצעה לשביעות רצונו.

ד. דרישות לניהול חשבון גוגל

חשבון גוגל יהיה בבעלות המכללה והחייב עבור המדיה יבוצע ישירות מחשבון המכללה. הזוכה יקבל גישה לניהול הפעילות השוטפת והקמפיינים ויהיה אחראי לביצוע: מחקר ביטויי חיפוש לפי נושא הקמפיין והרכבת רשימת מילות חיפוש. קישור הפעילות לאנליטיקס וביצוע אופטימיזציה קידום ממומן: כתיבת מודעות מותאמות למילות החיפוש, עיצוב מודעות, ניהול והעלאת מודעות טקסט ובאנרים ניהול קמפיינים: בגוגל ביוטיוב, אוטברין, טבולה וכד' ביצוע רימרקטינג, click to call וכד'. כולל מתן מענה לכלים ולטכנולוגיות עתידיות שיפותחו או יוצעו בגוגל.

ה. דרישות לניהול העמודים והקמפיינים ברשתות החברתיות

שירותי ניהול הפעילות ברשתות חברתיות: פייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין, טיקטוק וכל מדיה פרוגרמטית חדשה שתתבקש במהלך תקופת ההתקשרות. הפעילות תנוהל תחת החשבון שבבעלות המכללה. הזוכה יקבל גישה לניהול העמוד.

- ניהול עמוד – בניית גאנט תקופתי (חודשי) לריכוז המסרים והמודעות
- כתיבה וניסוח פוסטים לפי תוכנית ול"ז של פעילויות רלוונטיות הקשורות למכללה, ובהתאמה למסרים לקהלי היעד שיוגדרו.
- כתיבה שיווקית, עיצוב תמונות/רכישת תמונות למודעות. פילוח קהל היעד ופניה לקהל המטרה (טרגטינג).
- ניהול הקמפיין לפי פרמטרים שייקבעו בתחילת הקמפיין – צפיות, הקלקות, המרות וכו'.
- שימוש מיטבי בטכנולוגיות ובכלים מתקדמים בניהול הקמפיין.
- הפקת דוחות שוטפים למכון במהלך ובסיום כל קמפיין/פעילות בפייסבוק.
- חיבור לאנליטיקס של הארגון

ו. דרישות לניהול קידום תכנים כתובים

פלנינג ובניית אסטרטגיית תוכן לגופים השונים במכללה.

תחקיר ומיפוי קהלי יעד שונים.
קידום תוכן בפלטפורמות קידום התוכן השונות (אאוטבריין, טאבולה).
תמיכה בקריאייטיב ושיתוף פעולה עם אנשי תוכן במכללה ועם חברת יח"צ של המכללה.
מדידה ואנליזה בשוטף עבור התכנים.

2. דרישות לניהול קידום תכני וידאו/אודיו

ניהול פעילות קידום הוידאו בפלטפורמות קידום וידאו שונות כגון פריזורים, יוטיוב, טיקטוק, וכו'.
ביצוע עבודות עריכת וידאו ככל שנדרש, הפקה של סרטוני פוסט.
מדידה ואנליזה בשוטף עבור התכנים, כולל דוחות תקופתיים.
ניהול, בקרה, דיווח הקמפיין לפי פרמטרים שייקבעו בתחילת הקמפיין.

- בניית דוחות ודיווח שוטף ותקופתי
- בניית דוחות מותאמים למנהל פרסום והמדיה – לצורך בקרת ביצועי המדיה והתנהגות הגולשים.
- בניית דוחות מתוזמנים תקופתיים (יומי/שבועי/חודשי) לדיווח על ביצוע המדיה והאתר.
- בניית אלרטים להתראה של עלייה/ירידה בביצועים.
- גיבוש תובנות וההמלצות והכנתן לקראת מפגש שבועי (בזום) וקבלת החלטות
- הטמעת השינויים הנובעים מהתובנות, המסקנות וההחלטות.