

## ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ ЮНИСЕФ КЫРГЫЗСТАН

Название программы/проекта:	Социальные и поведенческие изменения
Название услуг	Поддержка социальных сетей, информационных кампаний в соцсетях и создание контента для повышения осведомленности об иммунизации
Организация:	X Местная          Международная
Срок действия контракта:	16 декабря 2024 - 1 декабря 2025 г.

### 1. Общая информация

Вакцинация – это одно из самых эффективных, экономически выгодных медицинских вмешательств, которое спасает миллионы человеческих жизней и избавляет еще большее число людей от болезней и страданий. Вакцинация позволяет снизить уровень социального неравенства, расширить доступ к услугам здравоохранения в целом и способствует сокращению масштабов бедности.

Кыргызская Республика придерживается глобальной стратегии ВОЗ «Повестки дня в области иммунизации на период до 2030 г.», которая определяет важность обеспечения услуг вакцинации для каждого человека, как его основного права. В 2023 году страна начала подготовку Национальной стратегии по иммунизации на 2024-2030 годы и приняла план по продвижению спроса на вакцинацию. Его цель – способствовать повышению охвата прививками согласно Календарю профилактических прививок КР путем повышения спроса среди родителей детей и подростков, а также взрослого населения, подлежащих вакцинации.

В стране республике всегда отмечались очень высокие показатели иммунизации свыше 95%. Однако, пандемия новой коронавирусной инфекции негативным образом повлияла на плановую иммунизацию, что привело к снижению охвата иммунизацией во всем мире. Кроме того, нарастающая проблема «нерешительности в отношении вакцинации» — скептицизм среди родителей, вызванный мифами и дезинформацией — является значительным вызовом для охвата вакцинацией. Для решения этой проблемы необходима четкая, последовательная и достоверная коммуникация. ЮНИСЕФ активно поддерживает инициативы по повышению осведомленности и продвижению надежных источников информации о вакцинах. Важным партнером в этом вопросе является Республиканский центр иммунопрофилактики (РЦИ), который отвечает за проведение иммунизации и профилактику заболеваний, предупреждаемых вакцинацией.

### 2. Цели и задачи

Цель данного технического задания — поддержка цифровой коммуникационной стратегии РЦИ, обеспечение того, чтобы социальные сети (прежде всего @privivka.kg) были признаны общественностью надежным, точным и актуальным источником информации о вакцинации. Нанятая компания будет отвечать за управление социальными сетями РЦИ (Facebook, Instagram, YouTube), разработку и проведение SMM-кампании и создание контента, направленного на устранение мифов и повышение осведомленности о безопасности и эффективности вакцин. Все мероприятия будут проводиться в координации с сотрудниками РЦИ и должны быть утверждены до публикации.

### 3. Описание задания, включая ключевые задачи

**Этап 1, декабрь 2024 г. – февраль 2025 г.**

- Доработать годовой план контента для социальных сетей в соответствии с пятилетней цифровой стратегией РЦИ (Приложение 1), направленной на опровержение мифов и повышение осведомленности населения о безопасности и эффективности вакцин. План контента будет включать мультимедийные материалы (инфографику, видео, качественные изображения) и партнерство с инфлюенсерами для повышения вовлеченности.
- Публиковать минимум 7 постов в неделю на страницах РЦИ в социальных сетях.
- Обеспечить увеличение числа подписчиков не менее чем на 1000 человек в месяц за счет органического роста и целевой рекламы.
- Организовать интерактивные мероприятия, такие как прямые эфиры и конкурсы для повышения вовлеченности.

### **Этап 2 (март – май 2025)**

- Запустить кампанию по повышению осведомленности об иммунизации, уделяя две недели каждой вакциноуправляемой болезни из национального календаря вакцинации.
- Продолжать управление и продвижение социальных сетей, с целью увеличения подписчиков на 1000 человек в месяц.
- Публиковать минимум 7 постов в неделю, обеспечивая стратегическое продвижение контента.
- Опубликовать 10 статей (включая пресс релизы), интервью и мультимедийных материалов в ведущих СМИ и на платформах РЦИ.
- Создать 5 качественных одно-минутных видеороликов на кыргызском и русском языках, направленных на устранение вакцинной нерешительности. К декабрю 2025 года эти видеоролики должны набрать не менее 50 000 просмотров.

### **Этап 3 (июнь – август 2025)**

- Продолжить кампанию по повышению осведомленности об иммунизации, сосредоточив внимание на различных заболеваниях, предотвращаемых вакцинацией, в координации с РЦИ.
- Поддерживать рост подписчиков в социальных сетях, с целью привлечения не менее 1000 новых подписчиков в месяц.
- Публиковать 7 постов в неделю, обеспечивая таргетированное продвижение контента.
- Опубликовать 10 статей (включая пресс-релизы), интервью и мультимедийных материалов в ведущих СМИ и на платформах РЦИ.

### **Этап 4 (сентябрь – 1 декабря 2025)**

- Продолжить кампанию по повышению осведомленности об иммунизации с использованием таргетированного контента и мероприятий, включая прямые трансляции и интерактивные конкурсы.
- Опубликовать 10 статей (включая пресс-релизы), интервью и мультимедийных материалов в ведущих СМИ и на платформах РЦИ.
- Целенаправленно продвигать видеоролики в прайм-тайм на онлайн-платформах, с целью достижения 100 000 просмотров к декабрю 2025 года.
- Провести мониторинг СМИ и социальных сетей для оценки охвата и эффективности кампании.

**Технические характеристики:** Общий охват онлайн-кампании, суммированный по всем каналам, должен составлять не менее 1 000 000 (включает онлайн-СМИ, социальные сети). 50% всего контента во всех СМИ и каналах должно содержать упоминание ЮНИСЕФ. Все материалы, предназначенные для массовых СМИ, должны содержать дисклеймер ЮНИСЕФ

внизу. ЮНИСЕФ должен быть отмечен в постах в социальных сетях. Ежемесячный план контента должен быть утвержден контактными лицами РЦИ и ЮНИСЕФ в течение первых трех рабочих дней месяца. Мониторинг СМИ и социальных сетей и отчетность должны проводиться в первую неделю каждого месяца.

#### 4. Ожидаемые результаты, сроки и график платежей

Платежи будут производиться после получения отчетов о полном выполнении связанных результатов и достижении показателей.

#	Результат	Сроки и временные рамки	Платеж
1	Общий годовой план контента для социальных сетей, утвержденный ЮНИСЕФ и РЦИ.	До 25 декабря 2025 года	
2	Подробный отчет о результатах первого этапа	28 февраля 2025 г.	25%
3	Подробный отчет о результатах второго этапа. Отчет также должен включать данные об охвате в социальных медиа и СМИ с доказательствами: увеличении числа подписчиков (ссылки, скриншоты, количество просмотров, реакций, репостов).	31 мая 2025 г.	25%
4	Подробный отчет о результатах третьего этапа. Отчет также должен включать данные об охвате в социальных медиа и СМИ с доказательствами: увеличении числа подписчиков (ссылки, скриншоты, количество просмотров, реакций, репостов).	30 августа 2025 г.	25%
5	Подробный отчет о результатах четвертого этапа. Отчет также должен включать данные об охвате в социальных медиа и СМИ с доказательствами: увеличении числа подписчиков (ссылки, скриншоты, количество просмотров, реакций, репостов).	1 декабря 2025 г.	
6	Финальный отчет. Отчет также должен включать накопительные данные о охвате с доказательствами (ссылки, скриншоты, количество просмотров, реакций, репостов). Общий охват онлайн кампании, суммированный по всем каналам, должен составлять не менее 1 000 000.	1 декабря 2025 г.	25%

#### 5. Местоположение и официальные поездки

г.Бишкек, поездки не требуются.

#### 6. Подача и техническая оценка предложений. Критерии отбора, включая квалификацию/специализированные знания/опыт

Проект плана контента для социальных сетей на первый год должен быть включен в пакет технического предложения.

Заинтересованные поставщики услуг должны предоставить как минимум резюме руководящего состава, назначенного на проект, который соответствует нижеперечисленным квалификациям. Предложения будут оцениваться с использованием технических баллов, как указано ниже:

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ ОТБОРА	Да/Нет
------------------------------	--------

1	Компания или организация имеет действующую регистрацию (приложить сертификат/свидетельство)	
2	Компания или организация имеет минимум пять лет опыта ведения социальных сетей/проведение кампаний	
3	Наличие как минимум одного ключевого члена команды, свободно владеющего как русским, так и кыргызским языками	
<b>ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ОТБОРА</b>		<b>Баллы</b>
1	<p>Опыт организации в производстве, маркетинге, таргетировании/продвижении онлайн контента; управление социальными сетями. Предыдущий опыт проведения широкомасштабных онлайн-кампаний, связанных с общественными/медицинскими услугами, включая производство контента, таргетирование и продвижение (необходимо предоставить ссылку).</p> <p>Портфолио содержит как минимум пять успешных аналогичных институциональных услуг.</p> <p>Предыдущий опыт работы с ЮНИСЕФ или другими агентствами ООН является преимуществом.</p>	10
2	<p>Компетенции координатора проекта::</p> <p>Минимум 5 лет опыта координации онлайн коммуникационных проектов и огдайн кампаний (SMM, создание контента). Сильные вербальные, письменные и аналитические навыки.</p> <p>Способность эффективно работать как самостоятельно, так и в команде.</p> <p>Образование: степень бакалавра в области менеджмента, журналистики, массовых коммуникаций, социальных или других смежных областях.</p>	10
3	<p>Компетенции менеджера по социальным сетям / копирайтера / создателя контента:</p> <p>Минимум 5 лет опыта работы менеджером по социальным сетям и копирайтером. Сильные коммуникативные навыки, как письменные, так и устные, навыки презентации информации, поддержка веб-сайтов, графический дизайн, производство видео/мультимедиа, навыки письма.</p> <p>Профессиональное знание русского и кыргызского языков.</p> <p>Образование: степень бакалавра в области журналистики, массовых коммуникаций, социальных или других смежных областях.</p>	20
4	<p>Компетенции эксперта по тематике:</p> <p>Минимум 5 лет опыта в области иммунизации/здравоохранения, включая текущую активность в этой сфере. Степень бакалавра в области общественного здравоохранения или медицины</p>	10
5	Качество предложения (степень понимания ТЗ)	20

**Итого: 70**

## 7. Управление проектом и административные вопросы

Ежедневная поддержка выполнения задания будет обеспечиваться сотрудником ЮНИСЕФ в Кыргызстане по социальным и поведенческим изменениям (SBC) в координации с менеджером по связям с общественностью РЦИ. Это будет включать обмен соответствующей информацией, мониторинг, брифинги и встречи.