

TdR - Termo de Referência para Contratação de Agência de Comunicação/ Publicidade / Marketing de Conteúdo

Serviço: Criação de Campanha Institucional para o IDS – Instituto Democracia e Sustentabilidade

Projeto: Jornada de Audiência Diálogo Brasil

Objeto da contratação: Contratação de serviço especializado em comunicação com ênfase em publicidade e propaganda para elaboração e condução de campanha digital de comunicação e desenvolvimento de materiais gráficos com o foco institucional.

Contratante: Instituto Democracia e Sustentabilidade

Prazo para envio das propostas: 8 de outubro

Período de contratação: outubro/2021 a dezembro/2021

E-mail para envio das propostas: ids@idsbrasil.org

O Instituto Democracia e Sustentabilidade (IDS) abriu termo de contratação para uma agência de publicidade/ comunicação/ marketing com o objetivo de desenvolver uma campanha institucional digital com o foco em transmitir seus valores, fidelizar os seguidores e conquistar doações recorrentes. Os interessados em participar do processo de licitação para a prestação do serviço deverão enviar uma Proposta Comercial com base no escopo detalhado neste documento.

As propostas devem ser enviadas para ids@idsbrasil.org com o assunto “Proposta comercial Campanha IDS 2021” até a data indicada.

Seção 1 – Termo de Referência

1 – Contexto

O IDS lançou um novo site institucional em junho de 2021, com o foco nas cinco agendas temáticas que a organização trabalha. Além disso, foi criado o FAÇA PARTE, um espaço para cadastrar possíveis voluntários, pessoas interessadas em se somar ao nosso trabalho e uma página de Doações fixas com modalidades mensais de contribuição.

2 – Objetivo da Campanha

Fortalecer a marca IDS de modo a apresentar ao público prioritário as novas agendas temáticas batizadas recentemente, gerar tráfego para o novo site do IDS e com isso inspirar as pessoas a serem doadoras do IDS. Dialogar com a audiência prioritária a fim de torná-la doadora do IDS, fidelizar, aproximar essa audiência de modo mais engajado com nossas ações. Conseguir aumentar o público de doadores.

3 – Escopo de Trabalho

Desenho da estratégia geral da campanha digital para cada uma das redes sociais (FB, TW, IG, LinkedIn), incluindo o desenvolvimento da identidade e conceito criativo, bem como casa de mensagens -chave e mote a ser trabalhado em cada uma. Fica a cargo da agência a criação das legendas dos posts com base na narrativa central, sendo responsáveis pelo cronograma de divulgação a ser validado pela equipe do IDS.

A proposta comercial do proponente deve também contemplar a indicação de valor a ser investido em mídia / impulsionamento de conteúdos em redes sociais. Ou seja, dentro do valor global da proposta já deve ser considerada a destinação de parte dos recursos para impulsionamento das mídias. O proponente deve indicar em sua proposta quanto destinará do orçamento para tal finalidade.

- Planejamento da campanha contendo, no mínimo, narrativa, mensagens, estética, call to action e plano de monitoramento;
- Enxoval de peças gráficas em formatos diferentes para redes sociais indicadas (incluindo imagens de capa das redes, gifs, vídeos curtos, infográficos simples e outros produtos específicos desse meio);
- Estratégia de E-mkt (Trilha de Conteúdo) e Landing Page de captação;
- Vídeo Institucional de até 2 minutos (que pode ser em Motion Graphics seguindo linha mais criativa e visual ou formato de depoimentos de associados em diferentes locais - Sp, Rio, Brasília);
- Estratégia para whatsapp e influenciadores seria um diferencial incluído na proposta;
- Gestão dos investimentos em mídia para os conteúdos das redes sociais via canais da organização;
- Campanha Ads;
- Reports : Um relatório preliminar (15 dias após lançamento da campanha) com descrição das atividades e indicadores de impacto das ações e um relatório final das atividades (ao término da campanha), com as entregas e resultados atingidos;
- Criação de Banco de Imagens (de acervo público e gratuito) para fins de identidade visual da organização.

4 – Período

A campanha deve ser lançada até o dia 25 de outubro, com no mínimo 45 dias de duração.

A definição mais detalhada do calendário será feita conjuntamente pela agência e os clientes.

5 - Fases do Edital

Recebimento de Propostas até a data limite indicada;

Análise prévia das propostas pelo Comitê de Aprovação;

Due Dilligence da melhor proposta de serviço;

Contratação em caso de conformidade com o *Due Dilligence*.

6 - Responsabilidades do Contratante

Acompanhar todo o desenvolvimento do trabalho, dando o suporte necessário;

Apoiar no processo de integração dos produtos descritos neste documento com as demais atividades do projeto;

Aprovar os produtos, para então, realizar os pagamentos nas datas combinadas entre as partes, cinco dias úteis após a emissão da Nota Fiscal.

7 - Responsabilidades do Contratado

Assinar as Condições Contratuais Padrão;

Contratar Seguro de Responsabilidade Civil Profissional e Pública;

Manter os registros necessários, incluindo registros tributários, no Brasil;

Observar e respeitar o prazo de entrega de todos os produtos;

Elaborar relatório parcial e final de atividades da campanha para checagem das entregas e posterior pagamento.

Seção 2 – Edital

1 – Proposta

A proposta deverá conter:

- Carta de apresentação do proponente – breve apresentação da agência;
- Proposta Técnica, conforme os critérios detalhados no Escopo de Trabalho (Seção 1, item 3) desta chamada, juntamente com a Proposta Financeira.

Em cada Proposta deverá constar:

- No caso de pessoa física, nome, sobrenome e endereço;
- No caso de empresa ou outra pessoa jurídica registrada, razão social, endereço e sede, número de registro e cópia do cartão de CNPJ.

2 - Avaliação técnica

A avaliação técnica será feita por um Comitê interno da Contratante.

As propostas deverão atender plenamente os requisitos indicados neste Edital.

Após a avaliação do mérito técnico das Propostas, poderá ser, ainda, realizada pela Contratante uma confrontação dos preços oferecidos.

A Contratante reserva a si o direito de abrir negociações com qualquer outro proponente se as negociações com o Proponente vencedor não tiverem êxito.

Os Proponentes não vencedores serão notificados por escrito e terão direito a receber manifestação sobre sua proposta.

3 – Conflitos de Interesses

Os proponentes deverão comunicar imediatamente à Contratante qualquer conflito de interesses existente, passível de ocorrer ou aparente.

4 – Critérios de Avaliação

As propostas recebidas serão avaliadas conforme sua capacidade de colaborar com o objetivo posto, considerando especialmente:

- Sua consistência técnica e exequibilidade com relação aos Produtos e prazos indicados;
- Histórico profissional com experiência na criação e execução de campanhas digitais

O formato da proposta técnica deverá obrigatoriamente atender aos critérios acima e terá impacto no processo de avaliação. Vale lembrar que a proposta técnica não poderá ultrapassar cinco páginas.

A proposta deve considerar obrigatoriamente a responsabilidade por todos os Produtos descritos, não podendo ser apenas para uma parte deles. A proponente poderá sugerir ações outras, desde que atenda aos objetivos de campanha. Atividades adicionais, não previstas neste Termo de Referência, podem ser incluídas na proposta e serão avaliadas conforme disponibilidade de recursos adicionais.

A avaliação técnica será feita juntamente com a avaliação financeira, descrita abaixo:

Valor máximo global da proposta: R\$45.000 (quarenta e cinco mil reais).

- O pagamento está condicionado e será feito quando da entrega e validação de cada um dos produtos;
- O valor global da proposta inclui os respectivos tributos;
- Eventuais deslocamentos, quando autorizados expressamente pela Coordenação do projeto, poderão ser realizados e reembolsados.