

2022/883986 SABANCI ÜNİVERSİTESİ ULUSLARARASI İKLİM VE ENERJİ MERKEZİ (IICEC) AJANS HİZMETİ ALIMI İŞİ TEKNİK ŞARTNAMESİ

IICEC'in reklam, stratejik iletişim, basın çalışmaları ve danışmanlık hizmeti adına yurt içi ve/veya yurt dışında, IICEC'in raporları ve etkinlikleri gibi gerçekleştireceği ve iletişim değeri olan tüm çalışmaları ile ilgili konu özelinde 1 yıllık (12 Ay) medya iletişimi danışmanlık hizmeti satın alması planlanmaktadır. Danışmanlık yapacak ajanstan beklenenler aşağıda sıralanmıştır. Hizmet alımı 02.2023 tarihinde başlatılacak olup 02.2024 tarihinde son bulacaktır.

AMAÇ

- Hedef kitlenin ve uygun mecraların belirlenerek, bu kitleye uygun olacak şekilde medya iletişim sürecinin tüm detayları ile planlamasının yapılması, uygulanması, takibi ve raporlanması
- Yıllık veya dönemsel onaylanan iletişim planının koordine edilmesi, yürütülmesi, belirlenen strateji doğrultusunda aylık, yıllık ve proje bazlı medya planlarının hazırlanması
- IICEC'in tüm faaliyetleri için medya iletişimi stratejisinin planlanması: Sabancı Üniversitesi'nin ve IICEC'in iletişim stratejilerine uygun olacak şekilde yıllık medya iletişimi faaliyetlerinin planlanması, verilen onaylara göre uygulanması, yürütülmesi, yayınlanması, kontrolü, analiz raporlarının yapılması ve sunulması işi ile ilgili gerekli tüm hizmetleri sağlamak
- IICEC'in tüm iletişim faaliyetlerinin televizyon, radyo, gazete, dergi, internet aracılığı ile ilgili kamuoyu ve hedef kitle ile paylaşım üzere, içeriklerin planlanması, verilen onaylara göre hazırlanması ve uygulanması, yürütülmesi, yayınlanması, kontrolü, kriz iletişimi, kurumsal kimliğe uygun basın ilişkilerinin yürütülmesi doğrultusunda itibar yönetimi işi ile ilgili gerekli tüm hizmetleri sağlamak
- Strateji ve yaklaşımların çeşitliliği, yaratıcılığı, yenilikçi ve öncülüğü, mecra bazlı medya yönetim modeli yaklaşımı, maliyet-fayda analizleri değerlendirme kriterleri olacaktır. Her kanal için hedef kitleye ve Sabancı Üniversitesi'nin stratejileriyle uyumlu ve destekleyici strateji oluşturulması. Stratejinin esasları erişim, itibar, rekabette farklılaşma ve öncü olma, yurt içi & yurtdışı bilinirliğin arttırılması ve oluşturulması olacaktır.
- IICEC Onursal Başkanı Fatih Birol ve IICEC Direktörü Bora Şekip Güray'ın yanı sıra merkezin belirleyeceği isimlerin sözcülüğünde IICEC'in gerçekleştireceği faaliyetlere paralel olarak lider iletişimi.

- İletişim stratejisini belirleme aşamasında, merkezin mevcut konumlandırması, stratejik iletişim hedef önerileri IICEC ile paylaşılmalıdır. Bu doğrultuda ana stratejinin konumlandırması ve mecra özelinde içerik stratejileri belirlenecektir.
- Enerji ve İklim alanlarına dair iletilecek brief doğrultusunda uygun öneriler için ön bir araştırma yaparak alternatifli yurt içi ve yurt dışında mecra planlaması yapılması
- Markanın bilinirliğini ve basındaki görünürlüğünü artırmak
- Özel haber, röportaj, basın bülteni gibi araçlarla basın görünürlüğü elde edilmesi
- Kurum ile basın arasındaki ilişkinin güçlenmesi amacıyla özel etkinlikler düzenlenmesi sözcüler ve hedef basın mensupları arasında ilişkilerin güçlendirilmesi
- Merkez ile ilgili elde edilecek haber yansımalarının günlük, aylık, yıllık olarak raporlanması
- Basın kriz yönetiminin yapılması, kriz yönetimi için önceden hazırlık yapılması, olası senaryolar üzerine alternatif hareket planları oluşturulması.
- İstanbul Uluslararası Enerji ve İklim Merkezi'nin (IICEC) referansları ve faaliyetlerini anlatarak, hem IICEC, hem de çalışmalarına yönelik farkındalığı arttırmak, yaygınlaştırmak ve derinleştirmek.
- Enerji ve İklim konularında, hedef kitle nezdinde IICEC'i referans noktası olarak konumlandırmak.
- Düzenlenen paneller, yayınlanan raporlar ve diğer çalışmaların etkili bir iletişim planı ile en efektif şekilde değerlendirmek, doğru mesajlar ve iletişim stratejisi ile bilinirliği attırmak.

STRATEJİ

- Tüm yıla yayılan iletişim planlaması ile sürdürülebilir bir iletişim köprüsü kurmak.
- Yayınlanacak raporlar, düzenlenecek paneller ve etkinliklerin doğru mesaj ve strateji ile öncesinde, sırasında ve sonrasında etkili iletişimini yapmak ve hedef kitleye duyurmak.
- Kahvaltılı veya öğle yemeği şeklinde fiziki basın buluşmaları, network meetingler gerçekleştirmek
- IICEC'i yakından tanıyan Anahtar Medya Grupları oluşturmak, düzenli iletişim / bilgi akışı sağlamak.
- Ekonomi üst düzey ve ilgili medya gruplarında IICEC tanınırlığını artırmak.
- Seçilmiş medya ile işbirlikleri planlamak.
- Ankara basını ile ilişkileri geliştirmek.
- Basın ve networkler nezdinde sürekli ve düzenli iletişim sağlamak.
- Fatih Birol özelinde leadership iletişimi geliştirmek

STRATEJİ UYGULAMA & MEDYA İLETİŞİM

Strateji Uygulama

- IICEC ve Faaliyetleri ile İlgili Farkındalık Yaratmak
- Konferanslar ve Raporlara Yönelik Özel Medya Planları Oluşturmak, Uygulamak
- IICEC 2022 Programı Kapsamında Stratejik İletişim Planını Oluşturmak, Güncellemek ve Uygulamak

İletişim Süreci

- Tanıtım: IICEC'in kurum algısını güçlendirmek ve hedeflerini içeren kurumsal mesajları vermek, projelere ilişkin ön bilgi paylaşmak. Sürekli ve düzenli medya ilişkileri yürütmek
- Organizasyon: Hedef kitle, sosyal paydaşlar, basın ve kamuoyu nezdinde tanıtım
- Devam İletişimi: IICEC'İN tanıtımı amaçlı iletişim çalışmaları gerçekleştirmek. Yeni organizasyonlar ve yapılacaklara dair vurgu yapmak.

Medya Uygulamaları

- IICEC Genel İtibar Haberleri
- Networking Yemekleri
- Özel Röportajlar
- Basın Toplantıları
- Basın Sohbet Toplantıları
- TV Konuklukları
- Basın Gezileri
- Medya İşbirlikleri
- Influencer (Kanaat Önderleri) İşbirlikleri
- TV Konuklukları
- Dosya Haberler / Özel Ekler
- Özel Çalışmalarla Dijital Hafıza Oluşturma
- Basın Bültenleri

Medya İşbirlikleri

- Düzenlenecek etkinlikler, yayınlanacak raporlar gibi önemli dönemlerde, medya grupları, kuruluşları ile sponsorluk anlaşmaları ile etkin tanıtım.
- Ara dönemlerde medya işbirlikleri ile hazırlanacak dosya haberler, ekler ve programlar ile gelecek çalışmaların alt yapısının oluşturulması ve/veya tamamlanan çalışmaların mesaj tekrarı

Sosyal Medya – Kanaat Önderleri Yönetimi

IICEC tarafından gerçekleştirilecek panel ve raporlar başta olmak üzere;

- Sosyal medya çalışmalarının genel strateji kapsamına entegre edilmesi, koordinasyonu
- Etkin medya yönetimine paralel spesifik planlamalar yapılması
- Kanaat Önderleri ile özel planlamalar yapılması

Konu ve Gündem Yönetimi

- İletişim hedeflerimiz doğrultusunda, haber ve özel haber olabilecek konuların Stratejik İletişim Çalışma Ekibi ile birlikte belirlenmesi ve uygun konuların yaratılması
- Bu konuların, iletişim stratejisi doğrultusunda, belirli tarih ve düzen içinde ilgili mecra ve kanallarda işlenmesinin sağlanması
- Hedeflerimiz doğrultusunda enerji, iklim konularında akımların, gündem ve yönelimlerin takip edilerek, ilgili gelişmelerin birer iletişim fırsatı olarak değerlendirilmesi

Kriz İletişimi

- Geniş kapsamlı kriz yönetimi planlarının hazırlanması, eğitim vb. hazırlıkların tamamlanması.
- Kurumu etkileyebilecek krizlerin öngörülmesi, en hızlı şekilde harekete geçilerek, söz konusu krizin zarar görmeden atlatılabilmesi, mümkünse durumun pozitifte çevirebilmesi için en uygun ve etkili stratejilerin belirlenmesi
- Kurum itibarına zarar gelmemesi için hazırlanan strateji ve kriz yönetimi planlarının, medya-toplum-devlet ekseninde uygulamaya koyulması, gerektiği zaman ilgili özel sektör ve devlet kurumları ile iletişim ve koordinasyonun sağlanması
- Medya-toplum-devlet ekseninde tek ve etkili mesaj verilmesine yönelik uygulamaların hazırlanması