

SABANCI ÜNİVERSİTESİ

KREATİF AJANS HİZMETİ ALIMI İŞİ

TEKNİK ŞARTNAMESİ

Madde 1. Amaç ve konu:

İhalenin konusu; Sabancı Üniversitesi'nin kurum ve marka hedeflerine paralel olarak gerçekleştirilecek entegre iletişim stratejisi ve faaliyetleri kapsamında AJANS tarafından verilecek hizmetlerin alınması

Madde 2. İşin Süresi

İhale konusu iş kapsamında AJANS ile 3(üç) yıllık sözleşme imzalanması planlanmaktadır.

Madde 3. Ön koşullar

- 3.1 İstenen hizmetleri hem dijital / online hem offline sunacak bilgi, ekip ve 5-10 yıl arası deneyime sahip olmak
- 3.2 ATL- Above The Line - Çizgi Üstü (online offline tüm reklamlar: tasarım, içerik, slogan, görseller, kampanya kurguları, internet, sosyal medya, web sitesi paylaşımları ve içerik tasarımları, TV, radyo, basılı medya, online, outdoor reklam kreatif işleri vb) ve BTL – Below The Line - Çizgi Altı (promosyon, katalog, bülten, newsletter, stand, flyer, mekan giydirme, sahne tasarımları, broşür, baskılı malzemeler, mailing, e-broşür vb) hizmet verecek bilgi, ekip ve deneyime sahip olmak ve bu konularda örnekler sunmak ve markalama
- 3.3 Yüksek öğretim sektöründe en az 3 yıl deneyim sahibi olarak, daha önceden yapılmış örnekler sunmak, ancak ihale sonuçlandığında sektörde aktif olarak Sabancı Üniversitesi dışında başka bir üniversite ile çalışmıyor olmak,
- 3.4 Kendi ekibinde Kreatif Direktör, Stratejik Direktör ve dijital ekibi olması, Videographer bulunması ve ekipteki kişilerin özet özgeçmişlerinin sunulması, hizmet verecek kişiler arasında strateji takımında min. 3 kişinin iyi derecede İngilizce biliyor olması
- 3.5 Ajans hizmetlerinde yapılan çalışmalarını yurt dışı mecralar için İngilizce olarak oluşturabilecek donanıma ve yetkinliğe sahip olması
- 3.6 Sabancı Üniversitesi ile direkt çalışacak ekipte **minimum 6 (altı) kişi** bulunması,
- 3.7 Ajans bünyesinde hizmet veren metin yazarı, Art Direktör, Dijital İçerik Üreticisi ve müşteri temsilcisi olması ve bu yapı ile Üniversite'nin her türlü ihtiyacına anında cevap verebilir ve aksiyon alabilir nitelikte bir hizmet anlayışı olması
- 3.8 Sabancı Üniversitesi'ne hizmet veren marka ekibinin her zaman ulaşılabilir olması

Madde 4. İşin Tanımı ve Yüklenicinin Sorumlulukları

- 4.1 Sabancı Üniversitesi'nin kurum ve marka hedefleri paralelinde Pazarlama İletişimi Stratejilerinin hazırlanması ve buna yönelik tüm kreatif uygulamalarının gerçekleştirilmesi,
- 4.2 Üniversite'nin Marka ve Kurum Kimliğinin etkin kullanımı ve gerektiğinde güncellenmesine destek vermek,
- 4.3 Üniversite'nin Marka konumlandırma çalışmalarına destek vermek

- 4.4 Üniversitenin paydaşları ile (iç-dış) paydaş deneyimi kurgulanması,
- 4.5 Üniversite'nin ürün/hizmetleri ile bunlara dair pazarları analiz etmek ve bu analizler doğrultusunda etkin iletişim stratejileri oluşturmak. Yurt dışından ve farklı bölgelerden örnek benchmark çalışması yapmak
- 4.6 Üniversite'nin entegre iletişim stratejisi doğrultusunda çeşitli mecralar (film, radyo, TV, ilan, outdoor, basılı malzemeler, vb) için fikirler üretmek ve Üniversite'nin onayı doğrultusunda bu fikirlerden çıkan tasarımları bütçe dahilinde uygulamak.
- 4.7 Üniversite'nin Yönetici Geliştirme Birimi (EDU)'nun Profesyonel Yüksek Lisans Programları biriminin aylık hizmet kapsamındaki bu tür talepleri ayrıca yönetilecektir. Bu talepler; "Key Visual" tasarımı ve mecra uyarlamaları, Outdoor tasarım uygulamaları, kampanya POP tasarımları, basılı materyaller tasarımları (insert / katalog / broşür), pazarlama ve satış için üretilecek sunum, mailing vb çalışmaların da tasarımlarını kapsamaktadır.
- 4.8 Sabancı Üniversitesi Profesyonel Yüksek Lisans (PYL) resmi hesapları için PYL pazarlama satış stratejisi doğrultusunda yaratıcı iletişim konseptlerinin içerik olarak hazırlanması ve içerik olarak ve boyut uyarlamalarının yapılması, (Hali hazırda yönetilen 8 mevcut program yanında, 2 program için ilk defa bu sene tanıtım faaliyeti yapılacaktır.)
- 4.9 Madde 5.3 te de belirtilecek olan aylık hizmet kapsamındaki başlıklarda yapılacak tasarım ve kreatif çalışmalar tarafında; aylık 3 adet kampanya, slogan, key visual ve paket boyut uyarlamaları, 15 adet mecra uyarlama ve uygulaması ile sınırlıdır. Masaüstü video çalışmaları, fotoğraf çekimi ve prodüksiyon giderleri, oluşacak seyahat masrafları ayrıca fiyatlandırılacaktır.
- 5.0 Üçüncü (3.) partilerle yapılan storyboard, illüstrasyon, fotoğraf çekimi, stock video alımı, stock müzik alımı, dublaj, video editing, 3D modelleme, prodüksiyon, dijital baskı, ofset ya da kromolin prova baskı, CD, DVD, gibi veri taşıyıcı malzeme kopyaları Sabancı Üniversitesi'ne ayrıca fatura edilir. Tüm çalışmaların asılları Sabancı Üniversitesi'ne teslim edilecektir.

Madde 5. Beklenen Hizmetler

Yukarıda belirtilen prensipler doğrultusunda, AJANS'tan beklenen hizmetler aşağıda yer almaktadır;

- 5.1 Sabancı Üniversitesi kurum ve marka hedefleri çerçevesinde yıllık pazarlama iletişimi stratejilerinin belirlenmesi
- 5.2 Yıllık entegre iletişim planının oluşturulması,
- 5.3 Sabancı Üniversitesi ve merkezlerine, her ay ortalama 3 (üç) büyük kampanya, 15 (onbeş) iletişim tasarım çalışması (poster, sosyal medya postu, web sitesi görsel içeriği, gif vb) yapılması, verilen işlerin brief verilen çerçevede tamamlanamaması durumunda aylık sözleşme bedelinin %10 (yüzdeon)'u oranında cezai işlem uygulanacaktır
- 5.4 Sektör ve sektör dışı yeni nesil iletişim uygulamalarının ve trendlerin düzenli raporlanması ve kapsamlı benchmark raporlarının kurumla düzenli olarak paylaşılması,
- 5.5 Talep edilen işlerin AJANS'a brief ulaştıktan sonra (film çekimi vb uzun süre gerektiren prodüksiyon işleri hariç) **maksimum 2 (iki) gün** içinde tamamlanmış olarak Sabancı Üniversitesi'ne iletilmesi gerekmektedir. Belirtilen 2 gün teslim süresi haftalık toplantılarda taraflar arasında belirlenecek iş sıralamasına göre önceliklendirilerek geçerli olmalıdır. Belirlenen süre içinde teslim edilmemesi durumunda günlük, aylık sözleşme bedelinin %10 (yüzdeon)'u oranında cezai işlem uygulanacaktır.

- 5.6 Müşteri temsilcisi, Art Direktör ve Strateji Uzmanı seviyesinde online haftalık toplantı yapılması ve ayrıca **iki haftada bir** ajans yönetimi ve PKİ (pazarlama kurumsal iletişim) yönetimi ile toplantı düzenlenmesi, **ayda bir** toplantıların yüzyüze gerçekleştirilmesi, toplantı tutanaklarının her toplantı sonunda paylaşılması ve verilen işlerin takibi için bir sistem oluşturularak, her toplantı öncesinde ve bitiminde bu sistem üzerinden değişimlerin takip edilmesi
- 5.7 Paydaşlar özelinde kurum hedeflerine paralel verilecek mesajların ve yer alacağı mecraların belirlenmesi ve önceliklendirilmesi,
- 5.8 Markanın ses tonu, tasarım dili, uygulama ve içerik yaklaşımının güncellenmesi,
- 5.9 Sabancı Üniversitesi tarafından gerek duyulduğunda, planlanan zaman çerçevesinde markanın kurumsal kimliğinin güncellenmesi,
- 5.10 Marka konumlandırmasının analizi ve geliştirilip güncel tutulması için gerekli iletişim planının kurgulanması,
- 5.11 Tüm paydaşlar ve yıllık iletişim planı çerçevesinde tüm BTL (Below The Line – Çizgi Altı) tasarım işlerinin ve kreatiflerin hazırlanması, dış üretim gerektiren uygulamalarda gerekli görüldüğü durumlarda üretimin takibi,
- 5.12 Tüm ATL (Above The Line – Çizgi Üstü) tanıtım içeriklerinin ve kreatif işlerin hazırlanması ve ilgili mecralara göre düzenlenmesi,
- 5.13 Baskı teslimlerinin %100 hatasız sürdürülmesi
- 5.14 İletişim stratejileri ve kurum hedefleri çerçevesinde ihtiyaç duyulan dijital, online ve/veya offline marka tanıtım içeriklerinin hazırlanması,
- 5.15 Etkinlik, yeni nesil tanıtım araçları kurguları, yaratıcı ve öncü uygulama önerileri hazırlanması ve kurumla paylaşılması. Kabul edilen öneriler üzerinden ilgili yayın süreçlerinin takibi,
- 5.16 Kurum iç iletişim mecralarıyla ilgili uygulamalar ve yönlendirmeler (web sitesi, sosyal medya hesapları, GazeteSU vb.),
- 5.17 Sabancı Üniversitesi kurum kimliğine uygun farklı paydaşlar boyutunda aidiyet duygusunu yaratacak proje önerileri geliştirilmesi ve iç & dış iletişim kanallarında kullanıcı deneyimi yaratılması,
- 5.18 İletişim ve tanıtım çalışmalarının hem Türkçe hem de İngilizce kurgulanması ve tanıtım ve iletişim çalışmalarının bu şekilde oluşturulması
- 5.19 Sabancı Üniversitesi kurum kültürü ve hedeflerine uyumlu dış kurumlar ve markalarla işbirliği platformlarının oluşturulması, doğabilecek fırsatların takibi ve kuruma sunulması,
- 5.20 İlgili AJANS'dan yukarıda belirtilen hizmetler Sabancı Üniversitesi ana markası için beklenmekte olup, ana çatı altında yer alan diğer ilgili paydaşlara da (tüm birimler, merkezler, fakülteler, forumlar) bu hizmetlerin uyarlanması ve ilgili yönlendirmelerin sağlanması gerekmektedir.

NOT: Sabancı Üniversitesi'ne dair tüm bilgi ve uygulama detaylarına web sitemizden ulaşabilirsiniz. www.sabanciuniv.edu