



NUCLEARELECTRICA



Rev. 2

Aprobat
Director General Adjunct
Dan Laurentiu Tudor

Director Directia Juridica si Afaceri
Corporatiste

Laura Constantin

CAIET DE SARCINI

1. DENUMIREA/ TIPUL ACHIZITIEI

Servicii de realizare de studii pentru audit de brand si de comunicare in mass-media nationala si internationala precum si in mediul digital

2. OBIECTUL ACHIZITIEI

Achiziția are drept scop contractarea de servicii specializate ale unei agentii de PR/comunicare/marketing in vederea prestarii urmatoarelor servicii:

3.1. Audit de brand si de comunicare pe plan national si international:

- analiza brand SNN pe plan local, din punctul de vedere al imaginii si al reprezentantilor cheie
- analiza comunicare brand prin mijloace clasice (interviuri, articole dedicate companiei si reprezentantilor cheie)
- analiza de tip PESTLE pentru brand-ul Nuclearelectrica
- analiza competitori locali si industriei adiacente (PESTLE si comunicare)
- analiza si discutie target (pentru comunicare) si obiective (de comunicare, educare, financiare si recrutare)
- analiza de tip PESTLE a brandului pe plan international
- analiza comunicare (articole si interviuri ale reprezentantilor cheie) in mediul international
- analiza competitori internationali (PESTLE si comunicare)

3.2. Audit de brand si de comunicare in mediul digital

- analiza pagini retele sociale brand SNN si competitori (Pro Facebrands Romania)
- analiza target prezent pe retelele sociale pentru obiectivele companiei (de comunicare, educare, financiare si recrutare)
- analiza campanii SNN pe retelele sociale
- analiza competitori privind comunicarea pe retelele sociale
- analiza sentimentelor tinerilor cu varste cuprinse intre 18 - 30 de ani vis-a-vis de brandul SNN si industrie (studii, social media & forumuri de discutie)

Vor fi analizare articole, stiri, interviuri din presa nationala si internationala din anul 2017 pana la zi, in vederea analizarii brandului SNN si a prezentei pe retelele sociale. Vor fi formulate concluzii si recomandari pe baza datelor analizate care vor fi prezentate sub forma unui raport de audit de brand si comunicare.

3. CANTITATE

N/A

4. CARACTERISTICI TEHNICE SI DE PERFORMANTA

Analiza brandului si a comunicarii pe plan national si international precum si comunicarea in mediul online va analiza urmatoarele categorii de date si informatii:

- Pozitionarea brandului (studii de perceptie pe baza articolelor mass-media nationala si internationala si social media, ton jurnalistic, distributie, asocierea cu alte branduri)
- Analiza valorilor brandului SNN si relevanta pentru public
- Analiza elementelor de identitate si a imaginii SNN (logo, site, materiale de informare, advertoriale, produse comunicationale)
- Analiza de continut (adecvarea produselor de comunicare la public si la situatie, claritatea mesajului, vocea)
- Analiza perceptiei reprezentantilor brandului (perceptia despre managementul SNN)
- Analiza prezentei SNN pe social media (interactiuni, reach, like-uri, comment-uri, preluari)
- Analiza comunicarii: comunicate de presa, drepturi la replica, luari de pozitie, interviuri cu managementul companiei, participarea la conferinte, discursuri
- Analiza PESTLE pentru brandul SNN pe plan intern si international
- Analiza pozitionarii altor companii din domeniul energetic (analiza comunicare, analize prezenta pe social media)
- Analiza sentimentelor tinerilor cu varste curpinse intre 18-30 de ani vis-a-vis de brand si industrie de pe social media si forumuri de discutie

Raportul de analiza va contine:

- Prezentarea datelor sub forma de text si grafice, comparativ cu competitorii SNN (alte companii din domeniul energetic din Romania)
- Prezentarea analizelor PESTLE
- Prezentarea concluziilor si recomandarilor
- Raportul va avea minim 30 de pagini de informatie

Cerinte tehnice pentru calificare:

- Agentie de PR/comunicare/marketing
- Experienta in proiecte similare (audit de brand, audit de comunicare, campanii de social media) de cel putin 1 an in Romania, demonstrabila prin lista clientilor anteriori pentru servicii similare (minim 2 clienti)
- Lista personalului implicat in prestarea serviciilor de audit de brand si de comunicare precum si un CV al acestora (minim 2 persoane) cu experienta in domenii precum digital media si marketing, sociologie, psihologie, studii media, comunicare corporatista care sa fi fost implicati in cel putin 1 proiect similar.

Oferta va contine:

- Planul de audit cu detalierea etapelor componente (cel putin 4 componente) si a metodelor si tehnicilor de realizare a auditului (cel putin 4 metode/tehnici)
- Liste canalelor si publicatiilor media ce urmeaza sa fie analizate pentru auditul de brand si comunicare (cel putin 50 de publicatii TV, radio, print, online, social media).

5. TERMEN DE LIVRARE / DURATA DE EXECUTIE

Termen de prestare a serviciilor: 30 de zile de la semnarea contractului

6. CERINTE/ PRESCRIPTII/ STANDARDE APLICABILE PENTRU PROIECTARE, EXECUTIE SI TESTE DE FUNCTIONARE

Neaplicabil

7. DOCUMENTATIE INSOTITOARE

Neaplicabil.

8. DATE DE INTERFATA

Neaplicabil

9. CERINTE DE TESTARE SI FIABILITATE

Neaplicabil

10. GARANTII

Neaplicabil

11.1. CERINTE DE ASIGURARE A CALITATII

Neaplicabil

11.2. CERINTE DE SECURITATE CIBERNETICA

Neaplicabil

12. REGLEMENTĂRI OBLIGATORII ÎN DOMENII PRECUM CEL AL MEDIULUI, CEL SOCIAL, CEL AL RELAȚIILOR DE MUNCĂ, SECURITATEA SI SANATATEA IN MUNCA SI PREVENIREA INCENDIILOR CARE TREBUIE RESPECTATE PE PARCURSUL EXECUȚIEI CONTRACTULUI DE ACHIZIȚIE SECTORIALĂ

Neaplicabil

13. CONDITII DE ACCES

Neaplicabil

14. CRITERIUL DE ATRIBUIRE SI FACTORII DE EVALUARE UTILIZATI

Cel mai bun raport calitate – preț

Factor evaluare	Pondere	Justificare	Algoritmul de calcul
(1)	(2)	(3)	(4)
F1 Pret	50 % (50 puncte)	Utilizarea eficienta a resurselor financiare ale SNN	Oferta cu pretul cel mai scazut P_{\min} primeste 40 puncte Pentru celelalte oferte: $P1(i) = (P_{\min} / P_{\text{ofertei}(i)}) \times 50$
F2 Experienta echipei in realizarea de audituri de brand si audituri de comunicare	20 % (20 puncte)	Asigurarea unei nivel inalt de calitate in prestarea serviciilor, bazat pe experienta practica, capacitate de analiza, sinteza si corelare informatii, realizare de intercomparari si adaptarea informatiilor teoretice la cadrul specific	Oferta cu cel mai mare numar de proiecte similare (P_{\max}) in care au fost implicati membrii echipei propuse pentru indeplinirea contractului primeste 20 puncte Pentru celelalte oferte $P(i)$ punctajul se va calcula dupa formula $(P_i / P_{\max}) \times 20$
F3 Calitatea planului de audit cu detalierea etapelor componente	20 % (20 puncte)	Asigurarea unei nivel inalt de calitate in prestarea serviciilor, bazat pe o foarte buna cunoastere a etapelor unui audit, a metodologiei si intercompararii datelor.	Punctajul se va acorda astfel: 10 puncte pentru identificarea corecta a 3 etape componente

			si 3 metode/tehnici de analiza de brand; 20 puncte pentru identificarea corecta a 4 etape componente si 4 metode / tehnici Nota: Nu vor fi luate in considerare ofertele care nu contin cel putin 2 etape componente si 2 metode / tehnici de analiza de brand.
F4 Lista publicatiilor si a canalelor media avute in vedere pentru auditul de brand si de comunicare	10% (10 puncte)	Asigurarea unei analize cuprinzatoare a cat mai multor canale si posturi media pentru conturarea unei analize de brand cu un grad cat mai mare de acuratete.	Punctajul se va acorda astfel: 5 puncte pentru un numar de publicatii si canale cuprins intre 51 si 100 10 puncte pentru peste 100 de publicatii si canale
	100% (100 puncte)		

15. CERINȚE DE AMBALARE, MARCARE, ETICHETARE, TRANSPORT, DEPOZITARE, MANIPULARE

Neaplicabil

16. CERINTE DE RECEPTIE

Receptia serviciilor se va realiza la momentul predarii livrabilelor pe baza semnarii unui proces verbal.

17. LIMBA DOCUMENTATIEI DE ATRIBUIRE, A OFERTEI, A CONTRACTULUI SI A DOCUMENTELOR AFERENTE

Limba romana

18. CERINTE DE ADMINISTRARE A CONTRACTULUI

Plata se va face in termen de 30 de zile de la incheierea procesului verbal de receptie a livrabilelor.

19. ASIGURAREA PRODUSULUI SAU LUCRARI PE DURATA FABRICATIEI, TRANSPORTULUI SAU EXECUTIEI

Neaplicabil

20. CLAUZE DE CONFIDENTIALITATE

20.1. Documentele rezultate in urma serviciilor de audit de brand si audit de comunicare (raport, date culese in format brut, date comparative, recomandari si concluzii) vor apartine in exclusivitate SNN dupa finalizarea si receptia lor. Prestatorul nu va putea utiliza informatiile primite de la SNN pe perioada derularii contractului in alte scopuri decat cele legate de indeplinirea contractului si nu le va divulga catre terti.

20.2 O parte contractanta nu are dreptul, fara acordul scris al celeilalte parti:

a) de a face cunoscut contractul sau orice prevedere a acestuia unei terte parti, in afara acelor persoane implicate in indeplinirea contractului;

b) de a utiliza informatiile si documentele obtinute sau la care are acces in perioada de derulare a contractului, in alt scop decat acela de a-si indeplini obligatiile contractuale.

Dezvaluirea oricarei informatii fata de persoanele implicate in indeplinirea contractului se va face confidential si se va extinde numai asupra acelor informatii necesare in vederea indeplinirii contractului.

O parte contractantă va fi exonerată de răspunderea pentru dezvăluirea de informații referitoare la contract dacă :

a) informația era cunoscută părții contractante înainte ca ea să fie primită de la cealaltă parte contractantă sau:

b) informația a fost dezvăluită după ce a fost obținut acordul scris al celeilalte părți contractante pentru asemenea dezvăluire sau:

c) partea contractantă a fost obligată în mod legal să facă această dezvăluire.

21. TRANSFERUL DREPTURILOR DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ

Drepturile de proprietate intelectuala asupra documentelor rezultate in urma realizarii serviciilor de audit de brand si audit de comunicare sunt transferate Beneficiarului la momentul semnarii procesului verbal de receptie.

22. SEMNATURI/AVIZE

ÎNTOCMIT

Specialist relatii publice
Lavinia Rizea



AVIZAT

Sef Departament Comunicare si Relatii cu
Investitorii

Valentina Dinu

