

Техническое задание №1
на оказание услуг по размещению рекламы в Интернете

1. Термины и определения:

- а. «Рекламное объявление» – рекламный материал, содержащий описание объекта рекламирования (текстовое, текстово-графическое, графическое, видео), а также ссылку на сайт с информацией.
- б. «Клик» – переход пользователя сети Интернет на сайт Заказчика через активацию соответствующей гиперссылки, содержащейся в рекламном объявлении.
- с. «Рекламная кампания» – совокупность рекламных объявлений.
- д. «Рекламная площадка» – интернет-ресурс, позволяющий размещать рекламные объявления (например, Яндекс.Директ).
- е. «Рекламный кабинет» – страница на интернет-ресурсе, позволяющем размещать рекламные объявления, для управления рекламными кампаниями.
- ф. «Рекламный инструмент» – способ размещения рекламных объявлений и канал онлайн-рекламы, реализуемый на определенной рекламной площадке (например, контекстная реклама в поиске «Яндекс»).
- г. «Рекламный бюджет» – стоимость услуг по размещению рекламных объявлений на рекламных площадках.

н. «Медиаплан» – расписание выхода рекламных объявлений, документ, содержащий описание рекламных кампаний, информацию о рекламных инструментах, рекламных площадках, количестве объявлений и их типах. Может корректироваться в течение всего периода оказания услуг по согласованию сторон по электронной почте.

2. В соответствии с условиями Договора и настоящего Приложения Исполнитель обязуется оказать Заказчику следующие услуги:

Услуги по проведению рекламных кампаний в сети Интернет (ведение рекламных кампаний – планирование, подготовка, настройка условий показов, корректировка, отчетность; размещение рекламных объявлений).

3. Срок оказания услуг по настоящему Приложению: с даты подписания Договора по 31 декабря 2025 года включительно.

Отчетные периоды:

Отчетным периодом является календарный месяц. В рамках оказания услуг по настоящему Приложению определены следующие отчетные периоды: апрель, май, июнь, июль, август, сентябрь, октябрь, ноябрь и декабрь 2025 года.

4. Цели размещения рекламных объявлений:

а. Совершение целевого действия – оставление запроса на переоборудование на сайте компании <https://gazprom-agnks.ru>. Цель проводимых рекламных кампаний – не менее 6 000 запросов по результатам оказания услуг за весь период действия договора, в том числе не менее 900 запросов в месяц в следующих отчетных периодах: апрель, май, сентябрь, октябрь, ноябрь 2025 года с рекламных объявлений в сети интернет;

5. Целевая аудитория:

а. Частные владельцы и потенциальные владельцы автотранспорта на газомоторном топливе, мужчины в возрасте 30-50 лет. 90% согласны с утверждением, что «автомобиль – не роскошь, а средство передвижения». Образование сильно разнится по городам. Большая часть – семейные, наемные работники – являются или инженерно-техническими работниками, служащими, или рабочими. Водительский стаж более 5 лет, пользуются уже не первым автомобилем. Любят экономить. Доход – средний и низкий. ¼ использует свой автотранспорт для коммерческих нужд (подработка, такси, перевозки). ¾ при принятии решения о переоборудовании сравнивают метан с пропаном. Причины выбора метана – дешевизна, маркетинговые программы «Газпром газомоторное топливо», федеральные и региональные субсидии на переоборудование, дополнительная выгода – льготы по транспортному налогу в регионах и скидка при оформлении полиса Каско. Основные барьеры перехода на метан: недостаточная инфраструктура (мало заправок), дорогое переоборудование, неуверенность в безопасности метана как топлива (недостаточная осведомленность), вес и габариты ГБО.

б. Владельцы мелкого и среднего частного бизнеса (таксопарки, транспортные и логистические компании) – бизнесмены. Возраст от 35 до 55 лет, средний возраст – 40 лет. Мужчины с обширным кругом интересов, хобби (дорогие машины, путешествия, активный спорт, азартные игры и т.д.). Имеют высшее или среднее образование, семейные. Доход – высокий. 2/3 владеют небольшим автопарком до 20 автомобилей. 60% сравнивают метан с пропаном при принятии решения о переходе. Причины выбора метана – дешевизна, маркетинговые программы «Газпром газомоторное топливо», федеральные и региональные субсидии на переоборудование, дополнительная выгода – льготы по транспортному налогу в регионах и скидка при

оформлении полиса Каско. Основные барьеры перехода на метан: дорогое переоборудование, недостаточная инфраструктура (мало заправок), неуверенность в безопасности метана как топлива (недостаточная осведомленность), вес и габариты ГБО.

6. География размещения рекламных материалов - 66 регионов РФ: Алтайский край, Астраханская область, Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Волгоградская область, Вологодская область, Воронежская область, г. Москва, г. Санкт-Петербург, Ивановская область, Иркутская область, Кабардино-Балкарская Республика, Калининградская область, Калужская область, Камчатский край, Карачаево-Черкесская Республика, Кемеровская область, Кировская область, Костромская область, Краснодарский край, Курганская область, Курская область, Ленинградская область, Липецкая область, Московская область, Нижегородская область, Новгородская область, Новосибирская область, Омская область, Оренбургская область, Орловская область, Пензенская область, Пермский край, Псковская область, Республика Адыгея, Республика Алтай, Республика Башкортостан, Республика Дагестан, Республика Карелия, Республика Коми, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Республика Калмыкия, Республика Северная Осетия, Ростовская область, Рязанская область, Самарская область, Саратовская область, Сахалинская область, Свердловская область, Смоленская область, Ставропольский край, Тамбовская область, Тверская область, Томская область, Тульская область, Тюменская область, Удмуртская Республика, Ульяновская область, Хабаровский край, Ханты-Мансийский автономный округ, Челябинская область, Чувашская Республика, Ямало-Ненецкий автономный округ, Ярославская область.

7. Требования к оказываемым услугам:

а. Исполнитель обязуется достигать поставленных целей по свершению целевого действия (п.4 Технического задания) – не менее 6 000 запросов по результатам оказания услуг за весь период действия договора, в том числе не менее 900 запросов в месяц в следующих отчетных периодах: апрель, май, сентябрь, октябрь, ноябрь 2025 года.

b. Услуги включают:

i. Ведение рекламных кампаний:

1. Разработку медиаплана с постановкой целей по рекламным инструментам, разбивкой рекламного бюджета, подбором ключевых слов и параметров таргетинга.

2. Разработку рекламных объявлений (баннерных, контекстных и др.) в соответствии с медиапланом. Требования к формату объявлений определяются рекламными площадками. Баннеры разрабатываются согласно требованиям Заказчика, с учётом фирменного стиля и визуальных коммуникаций, технических требований сайта размещения (вес, размер, наличие видимой рамки и т.д.). Обновление рекламных объявлений (баннерных, контекстных и др.) ежеквартально согласно требованиям Заказчика, с учётом фирменного стиля и визуальных коммуникаций, технических требований сайта размещения (вес, размер, наличие видимой рамки и т.д.).

3. Настройку условий показа рекламных объявлений (настройка рекламных кампаний в рекламном кабинете: подборка семантического ядра, ключевых слов, «минусовых» слов, выбор целевых аудиторий, характеристик аудитории (для таргетированной рекламы), выбор ресурсов для показа объявлений (сайтов), установка лимитов по стоимости показов, установка целей в рекламном кабинете, меток, настройка целей в Яндекс.Метрика/Google Analytics, установка счётчиков, тегов и пикселей (программные модули, позволяющие отслеживать действия пользователей на сайте), необходимых для рекламных инструментов.

4. Контроль и координацию размещения, оперативную корректировку рекламных объявлений, условий показа рекламных объявлений в целях достижения максимальной эффективности размещения.

ii. Размещение рекламных объявлений в сети Интернет

c. Медиаплан включает набор рекламных инструментов:

- i. контекстная реклама в поиске «Яндекс» (реализуется каждый месяц);
- ii. баннерная реклама в рекламной сети «Яндекс»;
- iii. ретаргетинг;
- iv. контекстная реклама Telegram;
- v. иные инструменты (предлагаются Исполнителем).

d. В медиаплане указываются значения следующих параметров в разрезе инструментов и временных периодов: вид объявлений, количество показов, количество кликов, количество целевых действий, рекламный бюджет. Значения параметров могут корректироваться в течение всего периода оказания услуг по согласованию сторон по электронной почте.

e. Исполнитель производит еженедельный, ежемесячный анализ эффективности размещения, итоговый анализ эффективности размещения с предоставлением отчётности Заказчику не реже одного раза в месяц.

f. Исполнитель предоставляет Заказчику право производить контроль качества оказываемых услуг без ограничений по времени. Для этих целей Исполнитель предоставляет Заказчику доступ в рекламные кабинеты, задействованные в рекламных кампаниях.

g. Исполнитель для рекламной кампании по запросу Заказчика производит АВ-тестирование разработанных рекламных объявлений и предлагает к дальнейшей реализации лучшее объявление.

h. Услуги должны быть оказаны в соответствии требованиями Федерального Закона от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» и Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

i. Исполнитель гарантирует отсутствие нарушения прав интеллектуальной собственности третьих лиц на результаты оказанных услуг.

j. В случае необходимости по запросу Заказчика Исполнитель оказывает иные услуги, в том числе по созданию страниц, ботов в сети Интернет. Стоимость данных услуг не включается в стоимость данного Приложения (Технического задания) и оформляется отдельными Приложениями к Договору.

k. Не позднее 3 рабочих дней по завершении исполнения условий Договора Стороны осуществляют окончательную сверку расчетов: Исполнитель оформляет акт сверки расчетов по Договору и направляет его на подписание Заказчику.

l. Ежеквартально, до 15 числа месяца, следующего за окончанием квартала, Исполнитель оформляет акт сверки расчетов по Договору и направляет его на подписание Заказчику.

8. Порядок оказания услуг:

a. До начала оказания услуг Исполнитель предоставляет на утверждение медиаплан. Медиаплан разрабатывается Исполнителем с учётом требований п.7 Технического задания, и в последующем может быть скорректирован по согласованию с Заказчиком.

b. Заказчик в течение 5 (пяти) рабочих дней со дня подписания Приложения (Медиаплан) предоставляет Исполнителю доступ к кабинету «Яндекс.Метрика» (и/или иных систем статистики) для сбора информации о достижении целей, пакет документов фирменного стиля, а также разработанные рекламные макеты (исходные данные) для производства рекламных объявлений для проведения рекламных кампаний в сети Интернет. Заказчик обязуется не вносить корректировки в настройку систем статистики для сбора информации о достижении целей, не предпринимать никаких действий, ведущих к их неработоспособности и/или неправильному функционированию, в том числе посредством изменения их программного кода.

c. Заказчик обязуется обеспечивать бесперебойную работоспособность сайта, на который будет осуществляться переадресация с размещаемой в интернете рекламы, а именно: своевременно оплачивать хостинг сайта gazprom-agnks.ru и обслуживание доменного имени. Принимать меры к предотвращению возможного несанкционированного доступа к сайту третьих лиц.

d. Исходные данные для создания рекламных объявлений, подлежащих размещению в сети Интернет, передаются Заказчиком Исполнителю в виде цифровых файлов. Исходные данные предоставляются в рабочее время (с 10.00 до 18.00) не позднее, чем за 5 (Пять) рабочих дней до начала размещения.

e. Исполнитель производит разработку рекламных объявлений и настройку условий показа объявлений (настройка рекламных кабинетов) в течение 10 (десяти) рабочих дней с момента подписания контракта.

f. Каждую неделю Исполнитель производит анализ результатов рекламных кампаний и производит их корректировку в случае необходимости.

g. По истечению отчетного периода, но не позднее 3 (третьего) числа месяца, следующего за отчетным, Исполнитель предоставляет Заказчику закрывающие документы: отчет, подтверждающий объем размещения рекламных объявлений, стоимость размещения и результаты за период, универсально-передаточный документ (УПД) и счет.

h. Отчет включает следующую информацию в разрезе рекламных площадок и рекламных инструментов:

- i. Число показов рекламных объявлений,
- ii. Число кликов,
- iii. Число целевых действий,
- iv. Стоимость одного клика, стоимость одного целевого действия,
- v. Кликабельность объявлений (CTR);
- vi. Плановый и фактический израсходованный рекламный бюджет.

9. Стоимость оказываемых услуг:

a. Стоимость оказываемых услуг по настоящему Приложению составляет 11 000 000 (одиннадцать миллионов) рублей 00 копеек, кроме того НДС, исчисленный по ставке в соответствии с действующим законодательством РФ.

b. Общая стоимость услуг определяется по формуле: фактический рекламный бюджет + стоимость услуг по ведению рекламных кампаний.

c. Плановый рекламный бюджет определяется в медиаплане и может быть оперативно скорректирован по согласованию сторон. Сумма фактического рекламного бюджета, подлежащая оплате, определяется по итогам каждого отчетного месяца на основании предоставленных Исполнителем закрывающих документов, предусмотренным п. 8.7 Технического задания.

d. Стоимость услуг по ведению рекламных кампаний является фиксированной и составляет _____ руб., кроме того НДС, исчисленный по ставке в соответствии с действующим законодательством РФ.

10. Порядок оплаты услуг:

a. Заказчик оплачивает услуги Исполнителя на условиях постоплаты в течение 30 (тридцати) рабочих дней с даты подписания УПД Заказчиком при наличии отчета по результатам отчетного периода.

b. Сумма, подлежащая уплате в каждом отчетном периоде, складывается из фактического рекламного бюджета и стоимости услуг по ведению рекламных кампаний за отчетный период.

11. Ответственными лицами для обмена информацией, для согласования медиаплана, рекламных кампаний, рекламных объявлений и корректировок рекламных кампаний выступают:

а. Со стороны Заказчика: начальник отдела маркетинга, Лилиана Борисовна Михайлова, Mihailova-lb@gmt-gazprom.ru, заместитель начальника отдела маркетинга, Марина Александровна Лукашук, Lukashchuk-MA@gmt-gazprom.ru, ведущий специалист отдела маркетинга, Мария Борисовна Ларионова, Larionova-MB@gmt-gazprom.ru.

б. Со стороны Исполнителя:

12. Настоящее Приложение является неотъемлемой частью Договора. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим Приложением, Стороны руководствуются положениями Договора.

13. Настоящее Приложение вступает в силу с момента подписания, составлено в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

ТРЕБОВАНИЯ К ИСПОЛНИТЕЛЮ

1. Заказываемые услуги должны соответствовать профилю деятельности компании (ОКВЭД).
2. Исполнитель должен обладать подтвержденным опытом оказания аналогичных услуг – не менее 3-х лет.
3. Объем заказа не должен превышать 20% от выручки компании за прошлый год.



**Заместитель начальника
Управления по организации продаж
Нотяг Александр Вячеславович**