**Разъяснения положений документации о закупке от 02.11.2021 г. № 1**

**(Извещение от 29.10.2021 г. № ЗКЭФ-ДМ-462)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Вопрос | Разъяснения |
| 1 | Согласно п.4.2 Технического задания:  «4.2. Рекламная кампания включает в себя следующие действия Исполнителя:  4.2.1. Изучение и подбор целевой аудитории для настройки и запуска таргетированной рекламы.  4.2.2. Создание рекламно-информационных материалов о компании Заказчика для настройки и размещения таргетированной рекламы:  В течение 5 (пяти) календарных дней с момента согласования медиа-плана производит подготовку объявлений и настройку рекламных кампаний в социальных сетях Facebook, Instagram, Вконтакте, контекстную рекламу в поисковиках Гугл и Яндекс. После окончания подготовительных работ Исполнитель обеспечивает размещение рекламных материалов Заказчика в соответствии с согласованным сторонами медиа-планом.».  Просим разъяснить:  1. Что именно подразумевается под созданием рекламно-информационных материалов? Написание статей/постов и их продвижение или верстка креатива и написание текстов для продвижения таргетированной рекламы?  2. Верно ли мы понимаем, что в продвижении будут задействованы Facebook, Instagram, Вконтакте, (это кабинеты Заказчика и от его лица надо вести продвижение?) Поиск Яндекс и Гугл (это кабинеты Исполнителя?).  3. Что считается успешно проведенной рекламной компанией? Какой KPI? | 1. Тексты и фото-видео контент в случае использования таргетированной рекламы (facebook/Instagram) будут предоставлены Заказчиком. Исполнитель должен подготовить и запустить рекламную кампанию (промо-посты, сторизы). В случае запуска контекстной рекламы (Гугл и Яндекс) Исполнитель самостоятельно подготавливает и согласовывает с Исполнителем текст объявлений.  2. Рекламные кампании ведутся от лица Заказчика в кабинетах, принадлежащих Заказчику. Но не исключается возможность вести рекламные кампании из кабинета Исполнителя с предоставлением доступа к ним Заказчика и соблюдением прозрачной политики размещения и зачисления средств.  3. Каждый месяц Исполнитель подготавливает медиа-план, размещения в котором отражаются планируемые результаты кампании. Медиа-план согласовывается и утверждается с Исполнителем. Успешная рекламная кампания – это достижение зафиксированных в медиа-плане показателей. |