# Приложение 4. Рамочное положение об участии агентств-членов АКОС в тендерах коммерческих компаний: рекомендации агентствам

Настоящий документ является приложением к Меморандуму о принципах проведения тендеров с участием членов АКОС и представляет собой проект локального нормативного акта агентства-члена АКОС, на основании которого АКОС рекомендует своим членам регламентировать работу по участию в корпоративных тендерах.

* 1. Агентство рассматривает приглашения к участию в тендере при получении приглашения-запроса за подписью руководителя компании, либо руководителя направления и сотрудника, имеющего полномочия на совершение соответствующих действий. Приглашение-запрос может быть выслано как в оригинале на бумажном носителе по почте, так и в формате электронного сообщения по электронной почте. В последнем случае обязательна возможность идентификации лица, отправившего приглашение к тендеру, и его полномочий.
	2. В письме-запросе должно быть указано, что данный запрос является приглашением к участию в тендере. В запросе также должна присутствовать краткая информация о предстоящем проекте.
	3. Агентство предлагает компаниям, приглашающим к участию в тендере, проект тендерного соглашения для его рассмотрения и последующего подписания, что необходимо для фиксации взаимных обязательств сторон в рамках тендера. Проект соглашения открыт к пожеланиям обеих заключающих его сторон.
	4. Агентство не принимает участие в закрытых тендерах, количество участников которых более 7.
	5. Рекомендуется принимать участие в тендерах, состоящих не более чем из двух туров:
	6. 1-й тур - ознакомительный, в ходе которого осуществляется общая презентация Агентства, ассортимент его услуг, опыт реализации релевантных предмету тендера проектов (кейсов), принципы ценообразования, а также представление рабочей группы как со стороны Агентства, так и со стороны Клиента;
	7. 2-й тур - собственно разработка и презентация предложений по проекту и определение бюджетных рамок.
	8. Агентство начинает работу над проектом при получении брифа, в котором должны содержаться следующие пункты:
		+ 1. Цели и задачи PR-кампании (проекта). Описание проблемы;
			2. Целевая аудитория и ее особенности в контексте бизнеса компании;
			3. Краткая история компании или бренда;
			4. Краткое описание продуктов/услуг компании;
			5. Сроки проведения кампании;
			6. Желательно – ориентировочные рамки бюджета проекта. В случае фиксированного вознаграждения Агентства - указывается сумма вознаграждения;
			7. Порядок заключения договора и осуществления платежей;
			8. Конкурентная среда и конкурентные преимущества/недостатки компании;
			9. Данные маркетинговых или социологических исследований по данному продукту или услуге (если имеются);
			10. Особенности спроса на продукцию или услуги компании;
			11. Возможные (предпочтительные) средства коммуникации;
			12. Востребованные услуги со стороны Агентства;
			13. Особенности рекламной политики и их взаимосвязь с PR-кампанией;
			14. Формат предоставления материалов на тендер (текстовый документ, презентация, эскизы в бумажном виде либо в виде файлов определенного формата, план проведения компании в виде таблицы или плана-графика);
			15. Сроки предоставления тендерного предложения;
			16. Критерии и процедура выбора победителя тендера.
	9. Если компания, объявляющая тендер, не готова предоставить указанные данные в письменном виде, необходима встреча представителей агентства с представителями компании для получения этой информации.
	10. При принятии решения об участии в тендере Агентство готово подписать с компанией-заказчиком обязательство о неразглашении предоставленной конфиденциальной информации.
	11. Агентство считает необходимым получить со стороны Клиента обязательство ни в каком виде не использовать материалы, представленные на тендер, и не передавать их другим участникам тендера, либо сторонним лицам. До совершения сделки между Клиентом и Агентством тендерные предложения Агентства признаются исключительной интеллектуальной собственностью Агентства.
	12. Агентство считает необходимым предоставление организаторами тендера на разработку проекта не менее 10 рабочих дней.
	13. Материалы, представленные на тендер, Агентство считает важным презентовать в ходе личной встречи с представителями Клиента (при участии должностного лица, принимающего решение о победителе тендера). Для презентации агентства достаточно 30-45 минут, для презентации коммерческого предложения – еще 30-45 минут, итого от 1 часа до 1,5 часов.
	14. Итоги тендера необходимо объявить в течение 10 рабочих дней после подведения итогов в виде письма (на бумажном носителе), рассылаемом участникам тендера по почте или электронной почте.
	15. В сообщении Клиента об итогах тендера целесообразно объявить агентство-победителя. Для проигравших агентств будет полезна информация о недостатках их предложений.