

**TERCİH TANITIM KAMPANYA VE MEDYA PLANLAMA HİZMETİ**  
**ALIM İHALESİ TEKNİK ŞARTNAMESİ**

**1. TANIMLAR**

İş bu şartnamede geçen tanımlar aşağıdaki gibidir.

**1.1. ÜNİVERSİTE** : Bezmialem Vakıf Üniversitesi

**1.2. AJANS** : Şartname konusu işe teklif verecek gerçek veya tüzel kişi

**1.3. HİZMET** : **AJANS**'ın şartname gereği gerçekleştireceği işler

**2. KONU**

**2.1 ÜNİVERSİTE**' nin ana stratejisine uygun kampanya stratejileri doğrultusunda, tüm konvansiyonel medya, dijital medya ve interaktif iletişim faaliyetlerinin televizyon, radyo, gazete, dergi, internet, sinema, iç ve dış mekanlar, açık hava gibi alanlarda tanıtımının **AJANS** tarafında planlanması, verilen onaylara göre uygulanması, yürütülmesi, yayınlanması, kontrolü, ekip yönetimi, strateji sunumlarının yapılması, analiz raporlarının yapılması ve sunulması işi ile ilgili gerekli tüm hizmetleri sağlama amacını kapsamaktadır.

**3. GENEL KOŞULLAR**

**3.1 AJANS, ÜNİVERSİTE**' nin tablolarda belirtilen tarihler arasında, medya planlama hizmetini **ÜNİVERSİTE**' nin strateji ve temel amaçlarına göre aşağıdaki detaylara göre yürütecektir.

**3.2 AJANS**, aşağıda belirtilen koşullar dahilinde **ÜNİVERSİTE**' nin istediği medya planlama hizmetini verecektir.

Mecra Bilinirliği	Dijital reklamcılık alanında yeni ürünleri & mecraları tanıyan ve tanıtabilen, google reklamcılığı, Facebook, Instagram, youtube reklamcılığı konusunda derinlemesine bilgi sahibi olunması (reklam modelleri, hedefleme seçenekleri, benchmark, başarılı uygulama önerileri bilgi ve tecrübe) ve ihtiyaca göre alternatif mecraların önerilebilecek bilgi ve deneyime sahip olunması
Sektör ve Konuya Özel Mecra, Reklam Modeli Hedef Kitle Seçimi	Eğitim sektörü bilgisine sahip olunması tercih nedenidir
Google Reklamcılığı Bilgisi	Mutlaka güncel google sertifikasyonlarına sahip <b>AJANS</b> ve account managerlar ile çalışılması. Web sitemize uygun kelime metin kombinasyonları üretilip uygun “bidding” stratejileri seçerek, landing page’lerle ilgili iyileştirme önerilerinde bulunulması.
Tracking	Reklam görsellerinin ve landing page’lerinin etkin takibi ve raporlanması için utm’lerinin her yayın öncesi kontrolü ve gerekli kategorizasyon için doğru utm’leme önerilerinin iletilmesi
Rekabet	Reklam rekabeti takibinin yapılması, <b>AJANS</b> kamuya açık kaynaklardan edindiği her türlü bilgiyi kullanarak rekabeti analiz etmeli ve markaya haftalık raporlarla iletmelidir.
Raporlama	Reklam yayınlarının mecra raporlarının analytics raporlarıyla birlikte değerlendirilerek

	yorumlanması, iyileştirme önerilerinin yapılması, <b>ÜNİVERSİTE</b> tarafından belirlenecek raporlama zamanlamasına %100 uyum gösterilmesi.
Şeffaflık	Reklam yönetim panelleri aracılığı ile (Google ads, meta business manager, twitter analytics vb) reklama dair yönetici analiz ve rapor alabilme, gerektiğinde bu platformlarda <b>ÜNİVERSİTE</b> hesabının <b>ÜNİVERSİTE</b> 'nin belirleyeceği 3. Parti bir firmaya görüntüleme, analiz yapma ve denetleme yetkilerinin verilmesi.
Minimum Deneyim	İhaleye teklif verecek <b>AJANS</b> 'ın medya planlama ve satın alma alanında en az <b>5 (beş) yıl</b> sektörel deneyime sahip olması zorunludur. Bu süre; <b>AJANS</b> 'ın kurumsal vergi levhası, ticaret sicil gazetesi veya faaliyet belgesi ile belgelenmelidir. Dijital medya planlaması alanında görevlendirilen <b>account manager</b> ve uzman personelin de aynı alanda en az <b>3 (üç) yıl</b> mesleki deneyime sahip olması gerekmektedir.
Referans ve İş Deneyim Belgesi	<b>AJANS</b> ', teklif dosyasında son <b>3 (üç) yıl</b> içinde yürütülen ve şartname konusu işe benzer nitelikteki en az <b>3 (üç) adet</b> referans projeyi belgelendirmek zorundadır. Referans belgelerinde; hizmet verilen kurumun adı, hizmet konusu, hizmet bedeli ve hizmet süresi açıkça yer almalıdır. Söz konusu belgeler, referans gösterilen kurumun yetkilisi tarafından imzalanmış ve kaşelenmiş olmalıdır. Gerçeğe aykırı referans belgesi sunulması durumunda teklif geçersiz sayılır ve <b>AJANS</b> hakkında yasal yollara başvurulur.

**3.3 HİZMET'** e ilişkin ilgili birim **ÜNİVERSİTE**'nin Kurumsal İletişim ve Pazarlama Direktörlüğü'dür.

**3.4 HİZMET** faturası ve irsaliyesi, tam ve eksiksiz olarak **ÜNİVERSİTE** yetkilisine teslim tutanağı ile teslim edilecektir.

**3.5 AJANS**, resmi teklifinde belirtmiş olduğu **HİZMET** fiyatları haricinde başka hiçbir koşul veya isim altında bedel talep etmeyecektir.

**3.6 ÜNİVERSİTE** yıllık, aylık, proje bazında medya planı ve bütçe planı üzerinde her zaman değişiklik yapma hakkına sahiptir.

**3.7 AJANS**, medya planı hazırlarken ve yorumlarken, ya da sektör değerlendirmesi yaparken piyasada var olan ve / veya kendi geliştirdiği özel araştırmalardan yararlanmak ve **ÜNİVERSİTE** ile paylaşmak durumundadır.

**3.8 AJANS**, **HİZMET'** e ilişkin medya planlama, raporlama gibi işlemlerin teslim süresi, karşılıklı anlaşılan süre içerisinde gerçekleşmektedir. Ancak sözleşmede belirtilen mücbir sebeplerden dolayı teslim süresinin uzaması durumunda taraflar yeni teslim tarihi belirleyecektir. Mücbir sebep halleri dışındaki gecikmeler, cezaya tabidir.

**3.9 AJANS**, kapsam dışı hizmetlerden **ÜNİVERSİTE** için en uygun olanı medya araştırması yaparak **ÜNİVERSİTE'** ye 2 (iki) alternatifli hizmet sağlayıcı ile birlikte önerecektir. Teklif edilen ve onaylanan **HİZMET'** ten farklı bir **HİZMET'** in sağlanması durumunda, oluşacak zarardan dolayı **ÜNİVERSİTE'** nin uğrayacağı maddi ve manevi tazminatlar Medya **AJANSı** tarafından kayıtsız şartsız kabul edilecektir.

#### 4. İŞE AİT TEKNİK ÖZELLİKLER / DİJİTAL MEDYA PLANI

**4.1 AJANS**, reklam çalışmaları sırasında rakip analizleri ve rakip anahtar kelimelerinin tamamını içeren ön raporu **ÜNİVERSİTE'** ye sunulacaktır.

**4.2** **ÜNİVERSİTE**, Medya planı teklifi onaylanan **AJANS**'a tüm yönetim hesaplarının kontrol yetkisini verecektir. **AJANS**, Google, sosyal medya ve diğer takibi yapılan tüm mecraların reklam yönetim panel bilgileri hususunda **ÜNİVERSİTE** tarafından yetkilendirilecektir. **ÜNİVERSİTE** bu hesapları ikinci uzmanlara kontrol ettirebilir ve/veya değişiklik yapabilir.

**4.3** **AJANS**, Google ile yapılacak çalışmalarda **ÜNİVERSİTE** bölümlerine ait anahtar kelimelerin girişi, metinlerin **ÜNİVERSİTE** ile istişare ederek oluşturulması ve linklerinin girilmesi gibi çalışmaları bizzat yürütecektir. Hesaplara UTM bağlantısı oluşturulacaktır.

**4.4** Sosyal medya reklamları için Instagram, Facebook ve Youtube kullanılacaktır. **ÜNİVERSİTE** Sosyal medyada kullanılan tüm reklam yönetim panel bilgileri **AJANS** ile paylaşılacaktır.

**4.5** Lisans dijital reklamlarda **AJANS**, **ÜNİVERSİTE** adına gerekli hedeflemeleri **ÜNİVERSİTE** ile istişare ederek **ÜNİVERSİTE** 'nin onayı ile yapacaktır.

**4.6** **AJANS**, reklamlar için gerekli hedef kitle araştırmasını Google verilerini süzerek **ÜNİVERSİTE** ile paylaşacaktır. Bu hususta verileri direkt Google'dan **AJANS** isteyecektir.

**4.7** Medya planlama Ajansı tüm mecralarda yayınlanacak olan **ÜNİVERSİTE** reklamlarının yayınlanması, mecra ile iletişime geçilmesi ve reklama ait raporun sunulması hususunda **ÜNİVERSİTE** 'ye hizmet verecektir.

**4.8** **AJANS**, **ÜNİVERSİTE** adına yaptığı tüm çalışmalarda **ÜNİVERSİTE** 'nin onayını almakla yükümlüdür. Onay alınmadan yaptığı tüm iş ve işlemlerden kaynaklı olarak doğacak zarar/zıyan **AJANS** tarafından karşılanacaktır.

**4.9** **AJANS**, **ÜNİVERSİTE** adına hazırladığı tüm reklam ve tanıtım materyallerinde (video, fotoğraf, müzik, ses kaydı, illüstrasyon, yazılı içerik vb.) kullanılan her türlü üçüncü taraf içeriğin (müzik, görsel, video footage, yazı tipi ve benzeri) gerekli fikri mülkiyet haklarının, lisanslarının ve kullanım izinlerinin önceden alınmasından münhasıran sorumludur. **AJANS**, bu yükümlülüğü yerine getirmeksizin kullandığı içerikler nedeniyle üçüncü şahıslar tarafından **ÜNİVERSİTE**'ye yöneltilecek her türlü telif hakkı ihlali, lisans ihlali veya fikri mülkiyet iddiasından doğan maddi ve manevi zararları, yargılama giderleri ve avukatlık ücretleri dahil olmak üzere tamamını karşılamakla yükümlüdür. Söz konusu lisans ve kullanım izin belgeleri, **ÜNİVERSİTE**'nin talebi üzerine derhal ibraz edilecektir.

**4.10** **AJANS**, şartnamenin faturalar ve ödeme kısmında yer alan **ÜNİVERSİTE**'nin verdiği bütçeye uygun şekilde planlamasını yapacaktır.

**4.11** **ÜNİVERSİTE**, bu hizmete ilişkin teklif veren **AJANS/AJANS**ları isterse sunum yapmaları amacı ile davet edebilir. **AJANS** yapacağı sunum için, tecrübesini gösterir şekilde planlamasını yaparak hazırlıklı bir şekilde katılacaktır.

**4.12** **AJANS**, haftalık iş takip ve çalışma raporunu haftanın ilk günü **ÜNİVERSİTE**'ye sunarak düzenlenecek bir toplantı ile mecraların performans değerlendirmesinin yapılmasını sağlayacaktır.

**4.13** Aşağıdaki tabloda (Tablo 1) belirtilen mecraları kullanmama ve mecra ilave etme hakkı **ÜNİVERSİTE** 'ye aittir.

**4.14** Dijital medya ve Açıkhava /outdoor planlama bütçeleri arasında bütçe dağılım hakkı **ÜNİVERSİTE**'de dir.

**4.15** Komisyon tekliflerinin yanında Dijital Mecra teklif tablosu, **AJANS'** ın satın alma etkinliğini değerlendirmek için ek bir gösterge olarak kullanılacaktır. **AJANS** tabloya ek olarak önerilerde bulunabilir.

**Tablo 1:**  
**Dijital Medya:**

Network	Site Url	Planlanan Gösterim / Tıklama	Frekans	Süre
META	Facebook&Instagram	1.500.000 gösterim	tekrarlanan	30 gün
		13.333.333 gösterim	tekrarlanan	30 gün
GOOGLE	Google.com	30.000 tıklanma	tekrarlanan	30 gün
		20.000.000 gösterim	tekrarlanan	30 gün
TAGON	Tagon Network	3.000.000 gösterim	tekrarlanan	30 gün
EĞİTİM SİTELERİ	Üniverlist	1.500.000 gösterim	sabit	Tercih Dönemi
EĞİTİM SİTELERİ	Tercih Robotu	1.000.000 gösterim	sabit	Tercih Dönemi
EĞİTİM SİTELERİ	Programatik Eğitim Net.	2.000.000 gösterim	tekrarlanan	Tercih Dönemi
GOOGLE DV360	Atv,KanalD,Star,Show,TRT,TV8,Hürriyet, Habertürk,Bloomberg,Sabah,Milliyet, Haber7,Bigpara,NTV,Cnnturk	400.000 gösterim	tekrarlanan	30 gün
YOUTUBE	Youtube.com.tr	2.000.000 gösterim	tekrarlanan	30 gün
		22.222.222 gösterim	tekrarlanan	30 gün
SPOTIFY	Spotify	300.000 gösterim	tekrarlanan	30 gün

## 5. AÇIKHAVE / OUTDOOR MEDYA PLANI

**5.1** **AJANS, ÜNİVERSİTE** yetkililerinden aldığı genel ve duruma özel bilgiler doğrultusunda, **ÜNİVERSİTE** markalarının kurumsal ve marka iletişim stratejilerine paralel ve destekleyici yapıda, hizmetin tanımına uygun şekilde hayata geçirilmesi için yaratıcı medya projeleri geliştirecektir.

**5.2** **AJANS, ÜNİVERSİTE** tarafından dönemsel onaylanan iletişim planını almak, koordine etmek, yayına almak ve kontrol etmekle sorumludur.

**5.3** **AJANS**, medya pazarlıkları için gerekli ön analiz, araştırma ve raporlamalarını gerçekleştirecektir.

**5.4** **AJANS**, mecra sahipleri ile görüşmeler yaparak, mümkün olan en avantajlı koşullarla yayın rezervasyonlarını hazırlayarak alımlar yapacaktır.

**5.5 AJANS,** Medya performans takibi yaparak, gerçekleştirilen satın alma verimliliği ve etkinliği ile ilgili analizleri hazırlayarak, **ÜNİVERSİTE** tarafından istenildiği takdirde yönetime sunumlar gerçekleştirecektir.

**5.6 AJANS, ÜNİVERSİTE** tarafından yazılı olarak onaylanan medya planlarını mecralarda yayımlamak, yayın süresi ve sonrasında mecralarla olan görüşmeleri ve mutabakatları sağlayacaktır.

**5.7 AJANS,** yayınların gerçekleştiğine dair **ÜNİVERSİTE'** nin onayladığı bağımsız araştırma şirketlerinin raporlarına dayanarak yayınların gerçekleşip gerçekleşmediğini kontrol etmek, tüm dijital mecralarda gerçekleşen yayınların mutabakatını gerçekleştirecektir.

**5.8 AJANS,** Türkiye medya sektörü, mecraların yayınları ve yayınların performansları ile ilgili, **ÜNİVERSİTE'** nin onayladığı araştırma şirketlerinin ürettiği dataları ve raporları baz alarak **ÜNİVERSİTE'** nin talep ettiği araştırmaları ve analizleri gerçekleştirmek ve raporlamakla sorumludur.

**5.9** Aşağıdaki tabloda (Tablo 2) belirtilen mecraları kullanmama ve mecra ilave etme hakkı **ÜNİVERSİTE'** ye aittir.

**Tablo 2:**  
**Açık Hava (Outdoor):**

Şehir	Ünite	Dönem	Yüz	Hafta
İstanbul	Giantboard	Temmuz	5	1,5
	Megalight	Temmuz	6	1
	Alınlık (TEM)	Temmuz	4	2
	Metro Tren İçi Ekran Network ( 15 sn spot, günde 90 tekrar )	Temmuz	Günlük 90 Frekans	1
	Durak Raket	Temmuz	500	1
	Metrobüs Giydirme	Temmuz	1	1

## 6. AJANS ÇALIŞMALARI

**6.1** Tablo 3'te yer alan kreatif konsept, tasarım ve video prodüksiyon çalışmaları için **AJANS, ÜNİVERSİTE'**nin talebi doğrultusunda ek ücret talep etmeksizin en az **3 (üç)** kez revize yapmakla yükümlüdür.

**6.2 AJANS'**ın ürettiği tüm özgün kreatif içeriklerin (slogan, görsel, video, DSF vb.) mülkiyeti ek bedel talep edilmeksizin **ÜNİVERSİTE'**ye geçer.

- 6.3 Çekimlerde yer alan oyuncu, figüran, seslendirme sanatçısı vb. üçüncü kişilerin izin belgelerini **AJANS** temin eder ve sorumluluk ona aittir.
- 6.4 Hiçbir içerik **ÜNİVERSİTE**'nin yazılı onayı olmadan yayına alınamaz; onaysız yayından doğacak sorumluluk **AJANS**'a aittir.
- 6.5 Görsel, yazım, dil bilgisi veya kurumsal kimlik hatalarını **AJANS** kendi masrafiyle düzeltir veya gerekirse yeniden çekim/üretim yapar.
- 6.6 Aşağıdaki tabloda (Tablo 3) belirtilen mecraları kullanmama ve mecra ilave etme hakkı **ÜNİVERSİTE**'ye aittir.

**Tablo 3:**  
**Ajans Çalışmaları:**

İçerik	Açıklama
Kreatif konsept geliştirme	Slogan ve tasarım çalışmaları
Video prodüksiyonu	15 sn / 30 sn / 60 sn
İçerikler için fotoğraf çekimi	
Tasarım uyarlamaları	Tüm dijital mecralarda
TV programlarında arka planda kullanılmak üzere DSF çalışmaları	1 Adet

## 7. DİĞER HUSUSLAR

- 7.1 **ÜNİVERSİTE**, tablo 1, tablo 2 ve tablo 3 üzerinden yer alan iş kalemlerinden eksiltme ve azaltma hakkına sahiptir.
- 7.2 **AJANS**, sözleşme süresince ve sona erdikten sonra da **ÜNİVERSİTE**'ye ait stratejik, ticari, mali ve kişisel verileri (medya planları, bütçeler, kampanya stratejileri, öğrenci/aday verileri vb.) üçüncü kişilerle paylaşamaz.