

VAS “Latvijas dzelzceļš”  
sarunu procedūras ar publikāciju “**Drošība dzelzceļa tuvumā**”

**SKAIDROJUMS Nr.2**

**Jautājums** ir par “media scope”. 2.pielikums 13.lpp.

Kā kampaņas elements minēts Nr.4-5.punkts, lai sagatavotu piedāvājumu šim punktam, vēlamies precizēt, ko šie punkti ietver.

Kā arī būtiskākais precizēt punktu pie Būtiskām piezīmēm, kas ir tās jomas, ko aptver pasūtītāja aģentūra, vai piedāvājam nodrošināt televīzijas, vides un interneta video izvietojumu medijos?

<b>Kampaņas elementi</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Galvenais vizuālis, sauklis latviešu un krievu valodā.</li><li>2. Video klips (televīzijai, digitālajai videi u.c.), audio klips latviešu un krievu valodā.</li><li>3. Kampaņas atklāšana.</li><li>4. Publicitāte, mediji un sociālo tīklu plāns.</li><li>5. Citas aktivitātes, kas veicina kampaņas mērķu sasniegšanu un mērķauditorijas uzrunāšanu (digitālie risinājumi, papildus nestandarta idejas).</li><li>6. Sadarbības un informatīvo partneru piesaiste.</li><li>7. Kampaņas rezultātu apkopojums.</li></ol>
<b>Būtiska piezīme:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Galvenā vizuāla (latviešu un krievu valodā) adaptāciju un sagatavošanu publicēšanai plakātos, preses, interneta <u>baneros</u> u.c. reklāmas materiālos nodrošina Pretendents.</li><li>2. <u>Radio raidlaikus, preses un interneta baneru izvietojumu nodrošina Pasūtītājs. Pretendentam ir jāsadarbojas ar Pasūtītāja mediju aģentūru;</u></li><li>3. Aktivitātes LDz sociālo tīklu profilos Facebook.com, Twitter.com, Draugiem.lv, Instagram.com, <u>TikTok</u> – komunikāciju un vizuālos materiālus nodrošina Pretendents.</li></ol>

**Iepirkuma komisijas skaidrojums**

**Par kampaņas elementu “Publicitāte, mediji un sociālo tīklu plāns” (4.p.):**

Publicitāte, mediji

Pretendentam ir jānodrošina plaša drošības kampaņas publicitāte Latvijas nacionālajos un reģionālajos medijos. Pretendentam ir jāizstrādā komunikācijas plāns, nosakot sabiedrisko attiecību kanālus un instrumentus, kas tiks izmantoti kampaņas mērķu sasniegšanai.

Sociālie tīkli

Pretendentam piedāvājumā ir jāiekļauj potenciālo ideju apraksts un vizualizācijas, kuras tiks īstenotas LDz sociālo tīklu profilos (Facebook.com, Twitter.com, Draugiem.lv, Instagram.com, TikTok), tostarp, sadarbība ar influenceriem. Kampaņas realizācijas laikā Pretendentam ir jānodrošina komunikācija un vizuālais materiāls.

**Par kampaņas elementu “Citas aktivitātes, kas veicina kampaņas mērķu sasniegšanu un mērķauditorijas uzrunāšanu (digitālie risinājumi, papildus nestandarta idejas)” (5.p.):**

Pretendentam ir jāpiedāvā idejas aktivitātēm, kas nav minētas no 1. līdz 4.punktam. Piemēram, nestandarta vides, sabiedrisko attiecību, reklāmas un/vai digitālie risinājumi, kas veicina kampaņas mērķu sasniegšanu un mērķauditorijas uzrunāšanu.

**Skaidrojot Būtiskās piezīmes (5.p.) par jomām, ko aptver pasūtītāja aģentūra, vai jāpiedāvā nodrošināt televīzijas, vides un interneta video izvietojumu medijos:**

Kampaņas reklāmas izvietojumu un formātu apjomu nosaka mediju aģentūra sadarbībā ar LDz un izejot no kampaņas radošā risinājuma. Jums kā konkrētā iepirkuma pretendents ir jāizstrādā kampaņas radošais risinājums, tostarp, reklāmas materiāli, nevis tie jāizvieto medijos.