**Компания проводящая тендер:** ГК «Еврострой»  
**Сайт компании**: <http://esgroup.ru>  
**Участники тендера**: рекламные агентства полного цикла, digital-агентства  
**Срок предоставления информации**: до 21 июля 2017 года  
**Планируемая дата начала работ**: переход от действующего подрядчика к новому планируется на сентябрь 2017 года

Условия проведения тендера

Основная задача  
Для всех проектов компании ГК «Еврострой» необходимо разработать концепцию продвижения в сети интернет. Необходимо выделить в отдельную группу элитные проекты (Жилой Комплекс «Привилегия», Клубный дом «Приоритет», Клубный дом «Esper Club»). Результатом реализации стратегии продвижения должны являться целевые звонки.

Проекты

* Жилой Комплекс «Привилегия» <http://privilege-spb.ru/>
* Клубный дом «Приоритет» <http://priority.spb.ru/>
* Клубный дом «Esper Club» <http://esgroup.ru/project/klubnyj-dom-esper-club/> (отдельный сайт на этапе разработки)
* Комплекс апартаментов «Next» <http://esgroup.ru/project/apartamenty-biznes-klassa-next/> (отдельный сайт в процессе планирования)
* Коттеджный комплекс «Туокса» <http://esgroup.ru/project/tuoksa/>

План  
По результатам проведения рекламных кампаний необходимо получить целевые звонки, не менее установленного плана. По всем проектам конверсия звонок-приход в офис должна быть не менее 25%.

* Жилой Комплекс «Привилегия» **— 100 целевых звонков в месяц**
* Клубный дом «Приоритет» **— 50 целевых звонков в месяц**
* Клубный дом «Esper Club» **— 60 целевых звонков в месяц**
* Комплекс апартаментов «Next» **— 100 целевых звонков в месяц**
* Коттеджный комплекс «Туокса» **— 30 целевых звонков в месяц**

Источники и инструменты

* Сервисы контекстной рекламы Google.Adwords, Яндекс.Директ (включая ретаргетинг, ремаркетинг).
* Медийная реклама на бизнес-ресурсах (РБК, Лента.ру, RIA.ru, NG.ru, Tass.ru, Infox.ru и.п.)
* Размещение объектов на специализированных ресурсах и применение различных Push-сервисов (Яндекс.Недвижимость, Авито, Циан, Emls и т.п.)
* Реклама в социальных сетях (Facebook, Instagram, VK, My.com)
* Инструменты и сервисы (колл-трекинг, лидогенераторы, системы аналитики и т.п.)

Бюджет  
Общий бюджет на все проекты кампании: 3,4млн рублей в месяц.  
Распределение бюджета по проектам:

* Жилой Комплекс «Привилегия» **— 700 тыс. рублей в месяц**
* Клубный дом «Приоритет» **— 800 тыс. рублей в месяц**
* Клубный дом «Esper Club» **— 800 тыс. рублей в месяц**
* Комплекс апартаментов «Next» **— 900 тыс. рублей в месяц**
* Коттеджный комплекс «Туокса» **— Зависит от сезона: с апреля по сентябрь 200 тыс. рублей в месяц, с октября по март 150 тыс. рублей в месяц.**

Требования от участников тендера

* Опыт работы в сегменте недвижимости или премиум сегменте по различным спецификациям (например, продажа премиум автомобилей)
* Предоставление списка клиентов
* Условия предоставления скидок по различным источникам трафика
* Предложение по дополнительным источникам трафика, с прогнозом кликов и звонков
* Исходя из предполагаемых источников и бюджета сделать свой прогноз по целевым звонкам
* Необходимо расписать условия агентского вознаграждения по всем источникам трафика. Например: агентская комиссия, процент от суммы затрат, фиксированная ставка или описать свои условия.
* Подготовить медиаплан на месяц используя прилагаемый формат (Формат.xlsx)
* Сделать расчет и прогноз по заданным площадкам медийной рекламы (файл Прайс-медийка.xlsx), учитывая скидки и бонусы, которые может предоставить агентство.\*   
    
  \*Данный расчет служит для наглядности предоставления скидок на возможные варианты размещения медийной рекламы. Не является обязательным для включения площадок в медиаплан.