

מסמך ג'

מפרט השירותים

1. כללי

פרויקט צירי העדפה אותו יוזמת חברת נתיבי איילון, נבע מתוך צורך קיים והסתכלות עתידית על המצב התחבורתי במטרופולין תל אביב. הפרויקט בא להציע פתרון ישים לעומסי התנועה ההולכים וגוברים במטרופולין תל אביב. במסגרת הפרויקט תינתן העדפה בצירי תחבורה מרכזיים לתחבורה ציבורית, מתוך מטרה להפוך את השימוש בתחבורה הציבורית לאלטרנטיבה טובה יותר לכלי רכב פרטיים מהשימוש ברכב הפרטי, על ידי שיפור משמעותי של רמות השירות. לפרויקט צפויות השלכות נרחבות על התנועה, תושבי הערים ועל ציבור נהגי כלי הרכב הפרטיים במטרופולין, שיכללו, בין היתר, ביטולי חניות, הקצאת נתיבים ייעודיים מהרכב הפרטי לתחבורה הציבורית, סגירת נתיבים, הפניות והסטות של התנועה לצירים חלופיים והכוונות תנועה בשטח, בזמן אמת, וזאת בנוסף לפגיעה הצפויה בתנועה עקב עבודות הרכבת הקלה שהחלו בימים אלה ברחבי תל אביב וצפויות להתרחב לערים נוספות במטרופולין. המדובר בפרויקט מורכב וחוצה רשויות, כאשר העבודות צפויות להיערך בשטחן של כ- 20 רשויות שונות, ולכן עבודות בציר תחבורה במטרופולין מסוג זה עלולות להשפיע באופן משמעותי על התחבורה באזורים נרחבים מחוץ לאזורי העבודה. כחלק מההערכות לפרויקט בצד ההסברתי יש לבצע הערכות מוקדמת של ציבור הנהגים, התושבים, בעלי המסחר, הסוחרים, נוסעי התחבורה הציבורית ואת הציבור הכללי לפרויקט, בין היתר, על ידי בניית תכנית הסברתית מקיפה שתכלול את כלל הציבור בכל האזורים בהם צפוי הפרויקט להשפיע על התחבורה באופן אחוד, ותעביר לציבור את הידע בדבר ההשלכות ביישום הפרויקט, וכן תתייחס אל הציבור כקהל של לקוחות פוטנציאליים. חברת נתיבי איילון, בסיוע היועץ, תכין ותיישם תכנית הסברתית כשעל כך יהיה אמון צוות מומחים מטעם היועץ שיכלול את התחומים שלהלן – **ייעוץ אסטרטגי, פרסום ומיתוג וקשרי קהילה**, והכל כמפורט במסמכי המכרז.

2. השירותים הנדרשים

לצורך הכנת תכנית ההסברה ויישומה נדרשים שירותי ייעוץ בעיקר מתחומי הייעוץ האסטרטגי הפרסום והמיתוג ומתחום קשרי הקהילה. תכולות העבודה הנדרשות באופן כללי בתחומים הללו מפורטות להלן:

2.1 ייעוץ אסטרטגי, פרסום ומיתוג

תכולות העבודה בתחום הייעוץ האסטרטגי יכללו את הכנת תכנית ההסברה הכוללת לפרויקט, לרבות ניתוח קהלי היעד, הגדרת המשימה ומתן המלצות לביצוע, ועד פריטת התכנית ליעדים ברורים ושימיים הניתנים למדידה, תוך התוויית לוח זמנים לכל התהליך ואומדן תקציבי של כל שלביו. תכנית ההסברה תיבנה באופן סדור יחד עם גורמי החברה ותאושר על ידי החברה. כחלק מההצעה במכרז, יידרש המציע להגיש מתודולוגיה המוצעת כבסיס לתכנית ההסברה ומרכיביה כפי שמפורט בהזמנה להציע הצעות כחלק ממסמכי המכרז. יודגש כי המתודולוגיה המוצעת לתכנית ההסברה כפי שתפורט בהזמנה אינה מחייבת את החברה ובאה לצורך בחינה והתרשמות מן המציע.

תכולות העבודה בתחום הייעוץ האסטרטגי, פרסום ומיתוג יכללו לפחות את הנושאים הבאים :

- 2.1.1 הגדרת הצהרת המשימה – הגדרת הצהרת המשימה תכלול את הצגת האתגר העומד בפני חברת נתיבי איילון וכיצד תכנית ההסברה אמורה לסייע במתן מענה על אתגר זה.
- 2.1.2 מחקר שיווקי – מיפוי קהלי היעד לרבות חלוקת אפיוני הציבור האמור להיות מושפע מן הפרויקט לקהלים בעלי מכנה משותף רלוונטי לנושאי העבודה, ומיפוי גורמי עניין רלוונטיים בקהלי היעד ובכלל. מתן המלצה על אסטרטגיית שיווק מתאימה לפרויקט אשר לאורה תיבנה תכנית ההסברה.
- 2.1.3 בניית תכנית הסברה סדורה ליישום ההמלצות שתכלול לפחות את המרכיבים הבאים :
- 2.1.3.1 הגדרת יעדים לתכנית.
- 2.1.3.2 הגדרת דרכי פעולה ותוצרים.
- 2.1.3.3 בניית רשימת קמפיינים על פי יעדי התכנית.
- 2.1.3.4 הגדרת לוחות זמנים ליישום היעדים בתכנית.
- 2.1.3.5 בניית רשימה ובה הצעות לרעיונות ליישום אשר לא נכללים במסגרת התכנית הנוכחית אך ניתנים ליישום עתידי או מותנה, ומה ההתניות לקיומן.
- 2.1.3.6 בניית רשימת הזדמנויות תקשורתיות אליהן יש להתייחס אשר ניתן לנצלן לצורך מימוש יעדי התכנית, כגון, עבודות הרכבת הקלה, אירועים בעלי פוטנציאל גישה לקהלי יעד וכו'.
- 2.1.3.7 הגדרת מדדים ודרכי מדידה לאפקטיביות תכנית ההסברה, לרבות הגדרת לוחות זמנים למדידת האפקטיביות, ניתוח התוצאות והסקת מסקנות הניתנות להטמעה בתכנית ההסברה .
- 2.1.3.8 תכנית ההסברה תכלול חלוקה לתכניות משנה ו / או תכניות נוספות אשר יהיו מותאמות לקהלי היעד השונים כפי שינותחו בסעיף 2.1.1 לעיל, כשכל תכנית מותאמת, תכלול התייחסות של לפחות כל הפרמטרים המנויים לעיל בסעיפים 2.1.3.1-2.1.3.5.
- 2.1.4 ליווי החברה בניהול משברים תקשורתיים על פי צורך – משבר תקשורת הינו אירוע תקשורת חריג ולא מתוכנן בעל פוטנציאל השפעה שלילית על שמה הטוב או מהימנותה של חברת נתיבי איילון ו/או הפרויקט. ניהול משבר תקשורת כולל, בין היתר, את ניתוח האירוע והשפעתו האפשרית, קביעת האסטרטגיה להתמודדות עמו, הכוונת המסרים התקשורתיים, תדריך בעלי תפקידים וכו' מתוך מטרה לצמצם את הנזק לחברה ו/או לפרויקט וניסיון להפיק תועלת מהמצב.
- 2.1.5 **פרסום ומיתוג** – ניהול, פיקוח ובקרה על השירותים הנדרשים בתחום הפרסום והמיתוג לצורך מימוש יעדי תכנית ההסברה שהוכנה, יישום בפועל של החלק הפרסומי של התכנית וביצוע בקרה על התהליך :
- 2.1.5.1 יצירת קמפיינים על פי יעדי תכנית ההסברה, לרבות שירותי הקריאייטב הנדרשים לכך.
- 2.1.5.2 יצירת מערך קשרי עיתונות הן בקרב עיתונים בתפוצה ארצית והן בקרב עיתונים מקומיים רלוונטיים.
- 2.1.5.3 יצירת מערך קשרי עיתונות במדיה מקוונת רלוונטית (אתרי עיתונים מקומיים, רשתות חברתיות וכיוצ"ב).
- 2.1.5.4 בניית עמוד באתר החברה ו / או בניית אתר לפרויקט ותחזוקתו.
- 2.1.5.5 ייזום כתבות ושיתוף פעולה עם עיתונאים לצרכי הסברה.
- 2.1.5.6 כתיבה של חומר פרסומי – עלוני הסברה, מודעות, חוברות וכו'.

2.1.5.7 הגדרת שטחי פרסום על פי סוג, שיש לרכוש עבור החומר הפרסומי בכלל סוגי המדיה.

2.1.5.8 ניהול ותפעול כלל מערך חלוקת החומר הפרסומי במידת הצורך, כגון דיילות וכו'.

2.1.5.9 הכנת תקציב פרסום מתאים לצורך מימוש תכולות העבודה הנדרשות בסעיף 2.1.5.1-2.1.5.8 תוך הפקת התועלת המרבית האפשרית במסגרת התקציב.

למען הסר ספק, השירותים הנדרשים במסגרת מכרז זה אינם כוללים שירותי הפקת חומרים מכל סוג שהוא.

2.2 קשרי קהילה

בשל ההשלכות הצפויות על הציבור, נדרשים שירותי קשרי קהילה אשר יהיו ממוקדים בהעברת המסרים לציבור המושפע באופן ישיר מהפרויקט, תוך התאמת המסרים לקהלי היעד ותוך העברת רשמים ודעות מן הציבור לחברה לצורך הפקת לקחים ויישום המסקנות בתכנית ההסברה.

לאור האמור, נדרשת בניית תכנית עבודה מקיפה בתחום קשרי קהילה בהתאם לתכנית ההסברה כאמור לעיל, שתכלול לפחות את המרכיבים הבאים:

2.2.1 מיפוי גורמי עניין שעשויים להיות מושפעים מן הפרויקט לאורך תוואי העבודות הצפוי בפרויקט, ולרבות:

2.2.1.1 עיריות;

2.2.1.2 ועדי שכונות;

2.2.1.3 איגודי סוחרים, לשכות מסחר מקומיות וכו';

2.2.1.4 קבוצות הורים;

2.2.1.5 תושבים המתגוררים בסמוך לצירי ההעדפה;

2.2.1.6 קבוצות שונות של בעלי השפעה;

2.2.1.7 ארגונים בתחום התחבורה והתחבורה הציבורית בפרט אשר עשוי להיות להם עניין בפרויקט;

2.2.1.8 כל גורם עניין נוסף העשוי להיות מושפע מהפרויקט;

2.2.2 הצגת התכניות לעובדי העיריות והגורמים הרלוונטיים בעיריות בשלב התכנון כחלק משיתוף העיריות הרלוונטיות בפרויקט לצורך יצירת תמיכה וקבלת עזרה מן הרשויות אשר בשטחן יערכו העבודות במסגרת הפרויקט, וזאת תוך ביסוס קשרי עבודה עם גורמים קבועים בעיריות הרלוונטיות. להצגת תכניות הפרויקט לעובדי העיריות קיים פן נוסף תחת ההנחה כי עובדי העיריות הינם תושבי הערים של העיריות בהם הם עובדים, ואשר בהן אמורות להיערך העבודות, לכן, ניתן להיעזר בקשרים הללו לצורך בחינת רעיונות באופן יעיל לפני יישומם בשטח.

2.2.3 תאום מפגשים עם בעלי העניין המרכזיים המפורטים בסעיפים 2.2.1.1 - 2.2.1.7 לעיל, לפני תחילת הפרויקט, בשלב התכנון, לרבות על ידי ייזום של כנסים מאורגנים ומפגשים, תוך התאמת המסרים לקהלי היעד והעברתם להם.

2.2.4 מיפוי אירועים אשר עשויים להשפיע על התנהלות הפרויקט הקשורים לבעלי העניין.

2.2.5 עדכון שוטף של גורמי העניין בדבר שלבי הביצוע אשר עשויים להשפיע על ההתנהלות השוטפת של הגורמים, לרבות על ידי ייזום של כנסים מאורגנים ומפגשים.

2.2.6 איתור שוטף של גורמי התארגנות מקומיים, בכל סוגי המדיה, לרבות במדיה חברתית, וקיום קשר עימם לצורך מניעת התנגדויות לפרויקט ו / או ריכוך התנגדויות קיימות.

- 2.2.7 רתימת גורמי עניין להסברה וגיוסם לצורך הפצת מסרי תכנית ההסברה בקרב קהלי היעד אליהם הם נוגעים (לדוגמא חלוקת עלונים בבתי עסק מקומיים וכו').
- 2.2.8 ארגון כנסים בקרב גורמי העניין לצורך הסברה ומענה לתלונות.
- 2.2.9 מענה לתלונות גורמי העניין עימם נמצא היועץ בקשר שוטף, תוך תיאום מלא עם החברה והעברת המסרים, הן מטעם החברה והן מטעם גורמי העניין.
- 2.2.10 ארגון סיורי שטח במידת הצורך לכל גורם עניין מקהלי היעד, או כל גורם אחר ככל שיידרש לצורך מימוש יעדי תכנית ההסברה.
- 2.2.11 העברת מסרים בנוגע להתקדמות הפרויקט לגורמי העניין.

3. נושאים כלליים

- 3.1 החברה שומרת על זכותה לדרוש מהיועץ כל מטלה נוספת אשר אינה מוזכרת במפורש במסגרת המטלות המנויות לעיל, הנובעת והקשורה מעצם טבעה וטיבה בתוכנית ההסברה והמתבקשת באופן ישיר במסגרת הייעוץ הנדרש בפרויקט.
- 3.2 היועץ וכל אחד מאנשי הצוות, יידרשו לזמינות מלאה, להשתתף בפגישות עיתיות בחברה על פי הצורך.