



FEYZİYE MEKTEPLERİ VAKFI

**İŞİK ÜNİVERSİTESİ**

**FMV İŞİK ÜNİVERSİTESİ**  
**TERCİH DÖNEMİ MEDYA PLANLAMA**  
**VE SATIN ALIM HİZMETİ İHALESİ**  
**TEKNİK ŞARTNAMESİ**

**HAZİRAN 2020**

# İÇİNDEKİLER TABLOSU

<b>TANIMLAR</b> .....	<b>2</b>
Madde 1- .....	2
<b>KONU VE KAPSAM</b> .....	<b>2</b>
Madde 2- .....	2
<b>GENEL KAPSAM</b> .....	<b>2</b>
Madde 3- .....	2
• Televizyon Tercih Programları .....	3
• Tercih Dönemi Dijital Tanitim İşleri .....	4
• Tercih Dönemi Yazılı Medya Tanitim İşleri .....	6

**FMV IŞIK ÜNİVERSİTESİ**  
**TERCİH DÖNEMİ MEDYA PLANLAMA VE SATIN ALIM HİZMETİ İHALESİ TEKNİK**  
**ŞARTNAMESİ**

**TANIMLAR**

**Madde 1-**

- İDARE** : FMV IŞık Üniversitesi'ni  
**YÜKLENİCİ** : İhale konusu işi gerçekleŐtirmeyi taahhüt eden gerçek ya da tüzel kişiliği,  
**İSTEKLİ** : İhale konusu işi yerine getirmek amacıyla ihaleye katılan aday gerçek ya da tüzel kişiliği,  
**İHALE** : “FMV IŞık Üniversitesi Tercih Dönemi Medya Planlama ve Satın Alım Hizmeti İhalesi”ni,  
**HİZMET** : Yüklenici tarafından yerine getirilecek işbu şartname konusu işi ifade etmektedir.

**KONU VE KAPSAM**

**Madde 2-**

Bu şartname, Yüklenici tarafından İdare'nin tercih dönemi kampanyası kapsamında, İdare'nin tanıtımının yapılması amacıyla hedef kitleye erişiminin sağlanmasını ; TV, sinema, açık hava ve dijital mecraların araştırılması, reklam yayın fiyatlarının alınması; geleneksel medya çalışmaları kapsamında, tv programları planlanması, gazetelere ilan verilmesi, dergilere ilan verilmesi ve uygulanması; yurt içi veya yurt dışı dijital platformlarda ( sosyal medya, display, Google vb) ilgili konu özelinde belirlenen dönem ve süre için uygun hedefleme ve reklam modellerine göre medya planlamasının yapılması, yayınların takibi, yayın sonrası analizlerin hazırlanması ve tüm bu işlerin raporlanması konusunda alınacak hizmete ilişkin usul ve esasları kapsamaktadır.

**GENEL ŐARTLAR**

**Madde 3-**

Yüklenici, işbu Teknik Şartname'de belirtilen TV yayını, gazete, dijital medya, sosyal medya platformlarında ihale konusu hizmeti yerine getirirken aşağıdaki őoŐullara ve niteliklere uygun olarak çalışacaktır:

3.1. Yüklenici, Dijital ve Geleneksel reklamcılık alanında yeni ürünleri & mecraları tanıyan ve tanıtabilen, google reklamcılığı, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn , youtube, tv, gazete, dergi gibi kitle iletişim araçlarının reklamcılığı konusunda (reklam modelleri , hedefleme seçenekleri, benchmark, başarılı uygulama önerileri ) ve ihtiyaca göre alternatif mecraları önerilebilecek bilgi ve deneyime sahip olmalıdır.

3.2. Yüklenicinin eğitim sektörü bilgisine sahip olunması öncelikli tercih nedeni olup, aksi halde dahi eğitim sektörüne dair İdare tarafından iletilecek bilgilendirme doğrultusunda uygun öneriler için ön araştırma yaparak alternatifli yurt içi ve yurt dışı hedefli medya planı çalışabilmelidir.

3.3. Yüklenici ancak güncel google sertifikasyonlarına sahip ajans ve hesap yöneticileri ile çalışmalı; İdarenin web sitesine uygun kelime metin kombinasyonları üretip uygun “bidding” stratejileri seçerek, varış sayfaları ile ilgili iyileştirme önerilerinde bulunmalıdır.

3.4. Yüklenici, reklam görsellerinin ve varış sayfalarının etkin takibi ve raporlanması için utm’lerinin her yayın öncesi kontrolünü sağlamalı ve gerekli kategorizasyon için doğru utm’leme önerilerini iletmelidir.

3.5. Yüklenici, reklam rekabeti takibinin yapmalı; kamuya açık kaynaklardan edinilen her türlü bilgiyi kullanarak rekabet analizi yaparak haftalık raporlar sunmalıdır.

3.6. Yüklenici, reklam yönetim panelleri aracılığı ile (adwords, fb business manager, twitter analytics vb) yayınlarının mecra raporlarının analytics raporlarıyla birlikte değerlendirilerek yorumlamalı, iyileştirme önerilerinde bulunmalı, İdare tarafından belirlenecek raporlama zamanlamasına birebir uyum göstermeli, gerekli durumda İdare’nin belirleyeceği 3. kişilere görüntüleme, analiz yapma ve denetleme yetkilerini vermelidir.

3.7. Yüklenici, medya planı hazırlarken ve yorumlarken, ya da sektör değerlendirmesi yaparken piyasada var olan ve /veya kendi geliştirdiği özel araştırmalardan yararlanarak bunları İdare ile paylaşmalıdır.

3.8. İhale isteklisi ihaleye katılırken İdare’ye hizmet kapsamına ilişkin açıklayıcı bilgiyi, hizmet sunabileceği medya yayın kuruluşlarını, fiyat listesini, rüştun tablosunu, ekip şemasını, rekabet takibi için bilgi kaynaklarının neler olduğunu, kapsam dışı hizmetler ve uygulama koşullarını, uzmanlık alanlarına dair geçerli sertifikasyon bilgilerini (Google partnership vb) sunacaktır.

3.9. Yüklenici kapsam dışı hizmetlerden İdare için en uygun olanı medya araştırması yaparak İdare’ye iki alternatifli hizmet sağlayıcı ile birlikte önerecektir.

3.10. İhale konusu hizmet kapsamında Yüklenicinin Temmuz ve Ağustos 2020 dönemi boyunca yerine getirmekle yükümlü olduğu tanıtım faaliyeti aşağıdaki şekilde olacaktır. İdare, aylık, proje bazında medya planı ve bütçe planı üzerinde her zaman değişiklik yapma hakkına sahiptir.

## TELEVİZYON TERCİH PROGRAMLARI

TV PROGRAM / REKLAM			
TV Eğitim Programları	CNN TÜRK / BAŞARIYA DOĞRU	3 Yayın	SAİT GÜRİSOY
TV Eğitim Programları	HABERTÜRK / YOLUN BAŞINDAYKEN	3 yayın	GÖRKEM İLDAŞ
TV Eğitim Programları	BLOOMBERG	3 yayın	GÖRKEM İLDAŞ

TV Eğitim Programları	NTV / DOĞRU TERCİH ONLINE	3 yayın	SADIK GÜLTEKİN
-----------------------	---------------------------	---------	----------------

## TERCİH DÖNEMİ DİJİTAL TANITIM İŞLERİ

8						
Medya Yeri		Reklam Modeli	Frekans	Birim Türü	Yayın Süresi	Planlanan
PERFORMANS	Facebook & Instagram	Page Post Ad	Rotasyon	CPE	60 Gün	29.000 etkileşim
		Reach		CPM		3.000.000 erişim
		Video Ad		CPV		200.000 izlenme
		Click To Call		CPC		15.000 Click
		Conversion		CPL		100 Lead
		Lead Gen		CPL		200 Lead
	Google	Search	CPC	CPC	60 Gün	35.000 Click
		GDN + Remarketing				18.000 Click
		GSP + Remarketing				9.000 Click
	YouTube	TrueView	CPV	CPV	60 Gün	50.000 izlenme

Medya Yeri		Reklam Modeli	Frekans	Birim Türü	Yayın Süresi	Planlanan
DISPLAY	Milliyet.com / Gündem	Pageskin	Sabit	CPM	60 Gün	1 gün / 1.850.000 imp
	Hurriyet.com / Gündem	Pageskin	Sabit	CPM		1 gün / 1.700.000 imp
	Milliyet+Hurriyet+Posta+Cnnturk+GazeteVatan	interstitial	rotasyon	CPM		1.000.000 imp
	Milliyet+Hurriyet+Posta+Cnnturk+GazeteVatan	Desktop Scroll Ad	rotasyon	CPM		2.000.000 imp
	Milliyet+Hurriyet.com	Native(okunma)	rotasyon	CPR		100.000 okunma
	Mynet.com / Ana Sayfa	Manşet Altı Adv	Sabit	CPM		1 gün / 5.000.000 imp
	Haberler.com / Ana Sayfa	Manşet Advertorial	Sabit	CPM		1 gün / 4.000.000 imp
	Haberturk.com+ Bloomberght.com	interstitial	rotasyon	CPM		2.000.000 imp
	Mackolik.com / Ana Sayfa	Web+Mobil Advertorial	Sabit	CPM		1 gün / 1.350.000 imp
	Digitals.com Network	Formlu Masthead	rotasyon	CPM		1.000.000 imp
Onedio.com	Native(okunma)	rotasyon	CPR	100.000 okunma		

Medya Yeri	Reklam Modeli	Frekans	Birim Türü	Yayın Süresi	Planlanan	
MOBİL	Milliyet.com / Ana Sayfa	Mobil Advertorial	Sabit	CPM	1 Gün	1 gün / 3.000.000imp
	Hurriyet.com / Ana Sayfa	Mobil Advertorial			1 Gün	1 gün / 3.000.000imp
	Habertürk.com / Ana Sayfa	Mobil Advertorial			1 Gün	1 gün / 2.666.667 imp
	Sozcu.com / Ana Sayfa	Mobil Advertorial			1 Gün	1 gün / 3.833.000 imp
	Mynet.com / Ana Sayfa	Mobil Manşet Adv			1 Gün	1 gün / 5.000.000 imp

Medya Yeri	Reklam Modeli	Frekans	Birim Türü	Yayın Süresi	Planlanan	
Programmatic	Programmatic / Demografik Hedefleme, Category Hedefleme, Semantic Hedefleme, Retargeting, Hyperlocaiton	Standart Banner	Rotasyon	CPM	60 Gün	6.000.000 imp
Native Cpc / Cpc	Admatic Network	interstitial	Rotasyon	CPC	60 Gün	1.666.667 session
	Gameloft	mobil interstitial				40.000 click
	Engageya	Native cpc				42.000 click
	Admingle	Twitter micro influencer				30.000 click
	Medyanet	Native cpc				35.000 click
	Onedio.com	Native cpc				50.000 click

Medya Yeri	Reklam Modeli	Frekans	Birim Türü	Yayın Süresi	Planlanan
VIDEO	Tooplay Network	Preroll	Rotasyon	60 Gün	500.000 izlenme
	Adcolony	video			285.714 izlenme
	Spotify	Sponsored Session			200.000 izlenme
	Snapchat	Story Ad			500.000 izlenme
	Fizy	Audio Ad (Audio+Mobil Banner)			400.000 dinlenme

	Tiktok	In Feed Ads		CPM		8.000.000 imp
--	--------	-------------	--	-----	--	---------------

## TERCİH DÖNEMİ YAZILI MEDYA TANITIM İŞLERİ

GAZETE TERCİH REHBERİ			
Türkiye Geneli - Gazete	Hürriyet Gazetesi	1 adet ilan	Üniversite Tercih Rehberi / Tabloid
Türkiye Geneli - Gazete	Sabah Gazetesi	1 adet ilan	Üniversite Tercih Rehberi / Tabloid
Türkiye Geneli - Gazete	Milliyet Gazetesi	1 adet ilan	Üniversite Tercih Rehberi / Tabloid
Türkiye Geneli - Gazete	Sözcü Gazetesi	1 adet ilan	Üniversite Tercih Rehberi / Tabloid
Türkiye Geneli - Gazete	Cumhuriyet	1 adet ilan	Üniversite Tercih Rehberi / Tabloid
Türkiye Geneli - Gazete	Posta	1 adet ilan	Üniversite Tercih Rehberi / Tabloid

İşbu teknik şartname FMV Işık Üniversitesi Medya Planlama ve Satın Alım Hizmeti İhalesi Sözleşmesinin ayrılmaz bir parçası olup, teknik şartnamede yer almayan tüm hususlar ile ilgili İdare ve Yüklenicinin imzalayacağı FMV Işık Üniversitesi Medya Planlama ve Satın Alım Hizmeti Sözleşmesi hükümleri geçerli olacaktır.