



№3573-62-6230117438 Виртуальная реклама

14.03.2021 были внесены изменения

Статус: Процедура закрыта

Информация о процедуре:

Вид процедуры	Запрос предложений
Рубрика	Виртуальная реклама
Заказчик	ООО "ЭПЦ" - Рейтинг 0%
Регион	Рязанская Область
Город	Рязань

Предмет договора

Текстовые фразы разместить на сайте адвокатырязани.рф так, чтобы они гармонично смотрелись и прочитав текст у человека поднялось настроение и уверенность в том, что он не один оказался в подобной сложной жизненной ситуации и другие люди уже решали подобные ситуации. Чувства от текста и видеоролика, что посетителю сайта нужно идти вперед несмотря не на что. Чувство смелости, чтобы он решился позвонить/написать человеку с которым спор, замотивированный нашими видеороликами и фразами будет пробовать мирно решить ситуацию со второй стороной спора. А если уже не получится, то вспомнит свои чувства которые он испытал находясь на нашем сайте и вернувшись к нам на сайт и просмотрев еще раз наши тексты и видеоролики, решил бы обратиться к нам за помощью, так как понял, что мы занимаемся любимым делом и мы сможем ему помочь.

Дата начала приема заявок	14.03.2021
Срок заключения договора	30.03.2021 — 04.04.2021
Дата окончания приема заявок	19.03.2021 / 12:00 (МСК)
Дата подведения итогов	29.03.2021 / 12:00 (МСК)

Вопросы и ответы:

ВОПРОС:

Здравствуйте, в приложении нет ТЗ на ролики

ОТВЕТ:

Здравствуйте, из тз могу отметить, что специалисту лучше знать какие ролики подойдут для указанных целей, возможно они будут 30 секундные.

ВОПРОС:

Требуется размещение текста или разработка роликов? Как получить ТЗ

ОТВЕТ:

Требуется текст дизайнерски обыгранный на нашем сайте, и видеоролики.

ВОПРОС:

Спасибо за ответ, без четкого ТЗ мы не работает

ОТВЕТ:

Можете прислать пример тз которые ближе всего относятся к нашей тематики?

ВОПРОС:

Добрый день!

Хронометраж видеоролика 30 сек

Нужны ответы:

Классификация видеоролика по способу изготовления (постановочный, репортажный, анимационный)?

Стиль подачи материала (официальный, неформальный, художественный и пр)?

Каналы распространения?

Цель?

Примеры понравившихся видеороликов (референсы)?

Что представляет собой объект рекламы?

Как им пользуются потребители и какие потребности он удовлетворяет?

Ценовая категория по сравнению с конкурентами?

Сильные и слабые стороны в отличие от конкурентов?

Есть ли у вас сценарий?

ОТВЕТ:

Добрый день!

Если в 30 секунд сценарист и режиссёр, постановщик уложат основную задачу видеоролика, то 30 сек.

Можно ли делать ролики разных классификаций по нашей тематике, если это будет с точки зрения профессионала допустимо, то можно разные.

По стилю ответ аналогичный ответу по классификации.

Каналы распространения, первый это наш сайт. Затем ютуб и соцсети, допустимость для показа на федеральных телевизионных каналах.

Цель-понимание клиента, что мы занимаемся любимым делом, делаем качественно даже когда никто не смотрит, и мы сможем ему помочь в его вопросе, и чтобы из унылого состояния он поднялся духом, а из озлобленного состояния смягчился, и захотел мирно решить свой вопрос со стороны спора (конфликта), а если не получилось, чтобы вернулся к нам, позвонил, написал.

Примеры роликов это мерседес с курицами, мерседес со смертью с косой, фольцваген с мальчиком в костюме из звездных войн, и кажется вольво с Джанкломд Ван Дамом, и различные мотивационные ролики со Сталоне, начало фильма Волк с уолт стрит там сюжет 30 секунд и начинается с рева льва (если заменить в нем слова финансовые дебри на юридические дебри выйдет хороший ролик) другие которые смотришь и поднимается настроение.

Объект рекламы юридические услуги адвокатов, юристов по делам любой сложности.

Дистанционная, очная консультация, выезд к Доверителю, представление интересов и защита нарушенных прав в судах любой инстанции, государственных учреждениях любого уровня и назначения, разработка и составление документации, юридическое сопровождение физических и юридических лиц, кфх, кооператива, тсж, и тд, гражданские, уголовные, арбитражные, административные дела, дела об административных правонарушениях.

Ценовая категория- мы проводим конкурентный отбор между аккредитованными нашей организацией специалистами и предлагаем Доверителю минимальную цену и качество услуг, при этом контролируем работу специалиста и несем финансовую ответственность перед Доверителем. Оно же и есть наша сильная сторона, то есть человеку не нужно искать через знакомых, или общивать сотни адвокатов, и он обезопасит себя от недобросовестных юристов, так как если через нас работать, то мы решаем все вопросы с адвокатом, Доверитель этим не занимается, и предлагаем ему узкопрофильного юриста который специализируется конкретно по категории дела Доверителя, например раздел имущества супругов.

Сценария нет.