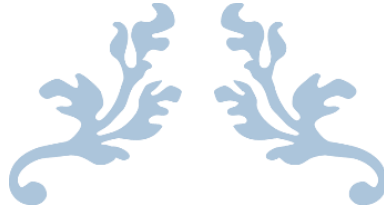


كراسة مناقصة

خدمات الإعلام والعلاقات العامة وإدارة منصات التواصل الاجتماعي



طلب تقديم عروض

مدة العقد: اثنا عشر (12) شهراً من تاريخ بدء العمل

تُقدَّم العروض الفنية والمالية وفق المتطلبات الواردة في هذه الكراسة.

3	1. مقدمة المناقصة وأهدافها
3	2. تعليمات تقديم العروض وبيانات التواصل
4	3. نطاق العمل والخدمات الإعلامية
5	4. الأخبار والكلمات والعلاقات الإعلامية
6	5. إدارة منصات التواصل والتصميم والإنتاج المرئي
7	6. التغطيات والحملات والرصد وإدارة الأزمات
8	7. الخطط والتقارير والاستجابة العاجلة وفريق العمل
9	8. الحد الأدنى للمخرجات الشهرية
10	9. مؤشرات الأداء ومتطلبات العرض الفني والمالي
11	10. الملكية والسرية والاعتماد وجودة المحتوى
12	11. مدة العقد والتزامات الشركة والشروط العامة

1. مقدمة المناقصة وأهدافها

تدعو غرفة تجارة وصناعة الشارقة الشركات والمؤسسات المتخصصة وذات الخبرة في الإعلام والعلاقات العامة والاتصال المؤسسي وإدارة منصات التواصل الاجتماعي وصناعة المحتوى، إلى تقديم عروضها الفنية والمالية لتنفيذ وإدارة الخدمات الإعلامية والاتصالية للغرفة وفق أعلى المعايير المهنية.

وتهدف المناقصة إلى التعاقد مع شريك إعلامي واتصالي يساهم في تعزيز حضور الغرفة، وإبراز مبادراتها وخدماتها، وتطوير المحتوى الإعلامي والرقمي، وتوحيد الرسائل، وتعزيز العلاقات مع وسائل الإعلام، وقياس الأثر من خلال مؤشرات أداء وتقارير دورية.

2. تعليمات تقديم العروض وبيانات التواصل

- يُقدّم العرض الفني منفصلاً عن العرض المالي، مع ترقيم جميع الصفحات.
- يجب ألا يتضمن العرض الفني أي إشارة إلى الأسعار، ويعد ذلك من شروط قبول العرض.
- يتضمن العرض الفني: نبذة عن الشركة، الرخصة التجارية السارية، الخبرات ذات الصلة، المنهجية، هيكل التقارير، المراجع وبيانات مسؤول التواصل.
- يتضمن العرض المالي تفصيلاً للتكلفة الشهرية والسنوية بالدرهم الإماراتي، وتوضح الضريبة وفق الأنظمة المعمول بها.

بيانات التسليم والاستفسارات

الاسم	الهاتف	البريد الإلكتروني
نورة جاسم	06 593 8774	noura@sharjah.gov.ae
حميرة أسد	06 593 8772	homaira@sharjah.gov.ae
مريم مراد	06 593 8766	maryamm@sharjah.gov.ae
جمال بو زنجال	06 593 8700	jamal@sharjah.gov.ae
د. أمل الحوسني	06 593 8523	amalahosany@sharjah.gov.ae

العنوان: غرفة تجارة وصناعة الشارقة، ص.ب 580، الشارقة – الإمارات العربية المتحدة.

3. نطاق العمل والخدمات الإعلامية

- تقدم الشركة خدمات إعلامية واتصالية متكاملة تشمل التخطيط والتنفيذ والرصد والقياس، ومن أبرزها:
- التحرير الإعلامي والصحفي وإعداد الأخبار والبيانات الصحفية.
- إعداد كلمات وخطابات وتصريحات القيادات والمسؤولين.
- إدارة العلاقات مع وسائل الإعلام والتنسيق للمقابلات والتغطيات.
- إدارة منصات التواصل الاجتماعي وإعداد الخطط والمحتوى باللغتين العربية والإنجليزية.
- التصميم والإنتاج الإبداعي والمرئي، بما في ذلك الفيديوهات القصيرة والإنفوجرافيك والمواد الرقمية.
- التغطيات الإعلامية للفعاليات داخل إمارة الشارقة وخارجها وفق التكليف.
- إعداد وتنفيذ الحملات الإعلامية والتسويقية المرتبطة بالمبادرات.
- الرصد الإعلامي وتحليل الأداء الإعلامي والرقمي وقياس النتائج.
- دعم الاتصال وإدارة السمعة أثناء الأزمات والحالات العاجلة.
- إعداد الخطط السنوية والشهرية والتقارير الشهرية والربع سنوية والسنوية.
- تقديم الاستشارات الإعلامية والمبادرات والأفكار التطويرية بصورة استباقية.

المبادئ التنفيذية

- الالتزام بهوية ورسائل غرفة تجارة وصناعة الشارقة.
- عدم نشر أو توزيع أي مادة قبل اعتمادها رسمياً من الغرفة.
- توفير فريق مؤهل وقناة اتصال مباشرة وسريعة مع فريق الغرفة.
- المرونة في التعامل مع الطلبات العاجلة والفعاليات خارج ساعات العمل عند الحاجة.

4. الأخبار والكلمات والعلاقات الإعلامية

4.1 الأخبار والبيانات الصحفية

- تلتزم الشركة بإعداد وصياغة ما لا يقل عن 20 خبراً صحفياً شهرياً باللغتين العربية والإنجليزية حسب متطلبات الغرفة، على أن يكون العدد قابلاً للزيادة وفق الفعاليات والاحتياجات.
- صياغة عناوين إعلامية مناسبة وتحرير تصريحات المسؤولين.
 - مراجعة الأسماء والمسميات والأرقام والتواريخ والتدقيق اللغوي.
 - إعادة الصياغة عند وجود ملاحظات وتجهيز نسخ مختصرة للمنصات الرقمية.
 - تهيئة الأخبار للنشر في الصحف ووكالات الأنباء والمواقع والمنصات الرقمية.
 - تشمل الأخبار: مجلس الإدارة، اللجان ومجموعات العمل، الإدارات والفروع، الاتفاقيات، الوفود، المعارض والمؤتمرات، المبادرات والخدمات، الدراسات والتقارير، الجوائز والمشاركات والفعاليات.

4.2 كلمات وخطابات وتصريحات القيادات

- إعداد الكلمات الافتتاحية والختامية، وكلمات المؤتمرات والمنتديات وحفلات التكريم والمناسبات الوطنية.
- صياغة التصريحات الإعلامية والاقتصادية، والرسائل المؤسسية ومقدمات التقارير والإصدارات.
- إعداد إجابات مقترحة للمقابلات الصحفية والتلفزيونية ورسائل الترحيب والتهنئة والتعزية عند الحاجة.

4.3 العلاقات الإعلامية

- بناء وتحديث قاعدة بيانات لوسائل الإعلام والصحفيين والمحررين.
- نشر المواد المعتمدة والمتابعة مع وسائل الإعلام وقياس نتائج النشر.
- التنسيق للمقابلات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية واقتراح فرص الظهور الإعلامي.
- دعوة الإعلاميين للفعاليات، وإدارة التأكيدات وتجهيز المواد والصور اللازمة للتغطية.

5. إدارة منصات التواصل والتصميم والإنتاج المرئي

5.1 التخطيط وإدارة المحتوى

- إعداد استراتيجيات سنوية وخطة محتوى شهرية (Content Calendar) مرتبطة بأهداف الغرفة ومبادراتها.
- توزيع المحتوى بين المؤسسي والتوعوي والترويجي والتفاعلي، وربطه بالمناسبات والأيام المحلية والعالمية ذات الصلة.
- كتابة المحتوى بالعربية والإنجليزية بأسلوب مؤسسي مناسب لكل منصة مع استخدام المصطلحات الاقتصادية الصحيحة وتجنب الترجمة الحرفية.

5.2 أنواع المحتوى

- منشورات ثابتة ومتسلسلة (Carousel)، قصص (Stories)، Reels، فيديوهات قصيرة، إنفوجرافيك واقتباسات.
- محتوى اقتصادي وإحصائي، خدمات وإنجازات، حملات، مناسبات، تغطيات مباشرة ومحتوى تفاعلي.
- اقتراح الوسوم المناسبة وعناوين المحتوى وصيغ العرض الأكثر ملاءمة لكل منصة.

5.3 التصميم والإنتاج المرئي

- تصميم المنشورات والقصص والإنفوجرافيك والإعلانات الرقمية ومواد الحملات وأغلفة الفيديوهات.
- إعداد قوالب بصرية للحملات، Motion Graphics عند الحاجة، وتعديل الصور وتجهيز المقاسات لكل منصة.
- إعداد أفكار وسيناريوهات الفيديو، التصوير والمونتاج، إضافة النصوص والترجمة وإنتاج المقاطع القصيرة والملخصات.
- إعادة توظيف المواد المصورة لإنتاج أكثر من محتوى، وتسليم الملفات النهائية والأصلية عند طلب الغرفة.

يجب الالتزام الكامل بالهوية البصرية المعتمدة للغرفة في جميع المواد.

6. التغطيات والحملات والرصد وإدارة الأزمات

6.1 التغطيات الإعلامية للفعاليات

- إعداد خطة إعلامية للفعالية، الخبر والتصريحات والمحتوى الرقمي.
- التغطية المباشرة والقصص والتصوير الفوتوغرافي والفيديو والمقابلات القصيرة عند الحاجة.
- إنتاج فيديو ملخص، إرسال الأخبار والصور للإعلام، متابعة النشر وإعداد تقرير بعد الفعالية.
- القدرة على تغطية فعاليات مدينة الشارقة ومناطق الإمارة والمشاركات الخارجية وفق التكلفة.

6.2 الحملات الإعلامية والتسويقية

- اقتراح فكرة واسم أو شعار اتصالي للحملة عند الحاجة، وتحديد الأهداف والجمهور والرسائل الرئيسية.
- إعداد خطة المحتوى وقنوات النشر والمواد الإبداعية، ثم التنفيذ والمتابعة وقياس النتائج وإعداد تقرير ختامي.

6.3 الرصد الإعلامي

- رصد الصحف والمواقع الإخبارية والمنصات الرقمية ووسائل التواصل ذات الصلة.
- متابعة أخبار الغرفة ومبادراتها والموضوعات الاقتصادية والقضايا التي قد تؤثر على السمعة أو مجتمع الأعمال.
- تقديم ملخصات دورية وتنبيه فوري عند ظهور موضوع إعلامي مهم يستدعي التدخل.

6.4 إدارة السمعة والأزمات

- الرصد المبكر وتقييم الموقف وإعداد الرسائل الرئيسية والبيانات والتوضيحات والأسئلة والأجوبة المتوقعة.
- إعداد تصريحات المتحدثين وتقديم تقرير بعد انتهاء الحالة عند الحاجة.
- لا يجوز إصدار أي رد أو تصريح أو بيان باسم الغرفة دون اعتماد رسمي مسبق.

7. الخطط والتقارير والاستجابة العاجلة وفريق العمل

7.1 الخطة السنوية والشهرية

- تقديم خطة إعلامية واتصالية سنوية تتضمن الأهداف، الجمهور المستهدف، الرسائل، محاور المحتوى، العلاقات الإعلامية، التواصل الاجتماعي، الحملات، المناسبات ومؤشرات الأداء.
- تقديم خطة تفصيلية لكل شهر قبل بدايته بمدة مناسبة لاعتمادها من الغرفة.

7.2 التقارير والتحليل

- تقرير شهري يشمل الأخبار والمنشورات والفيديوهات والتغطيات، Reach، Impressions، Engagement Rate، نمو المتابعين، أفضل المحتوى، تحليل الجمهور ونتائج الحملات والرصد والتغطية المكتسبة.
- تقرير ربع سنوي وتقرير سنوي شامل لقياس تطور الأداء والنتائج والتوصيات.

7.3 الطلبات العاجلة

- توفير قناة اتصال مباشرة مع فريق الغرفة والاستجابة خارج ساعات العمل والعطل عند ارتباط الطلب بحدث أو فعالية أو موضوع إعلامي مهم.

7.4 فريق العمل

- تخصيص فريق مؤهل لإدارة الحساب يضم الخبرات التحريرية والإعلامية والرقمية والإبداعية اللازمة.
- عدم تغيير العناصر الرئيسية للفريق دون إخطار الغرفة والحصول على موافقتها.
- حضور الاجتماعات والفعاليات عند التكليف، وتقديم أفكار تطويرية ومبادرات استباقية بصورة مستمرة.

8. الحد الأدنى للمخرجات الشهرية

يقدم مقدم العرض جدولاً تفصيلياً بالكميات والتكاليف، على أن يشمل الحد الأدنى التالي، مع توضيح الطاقة التشغيلية وأي حدود للكميات ضمن العرض المالي:

المخرج	الحد الأدنى / آلية التنفيذ
الأخبار الصحفية	20 خبراً شهرياً
النسخ الإنجليزية للأخبار	حسب متطلبات الغرفة
كلمات وخطابات القيادات	حسب الطلب
تصريحات إعلامية	حسب الطلب
خطة المحتوى	خطة شهرية
محتوى منصات التواصل	وفق الخطة الشهرية المعتمدة
التصاميم الرقمية	وفق الخطة والاحتياجات
Reels / فيديوهات قصيرة	وفق الخطة الشهرية
Stories	حسب الفعاليات والخطة
التغطيات الإعلامية	حسب جدول فعاليات الغرفة
الحملات الإعلامية	حسب المبادرات والمواسم المعتمدة
الرصد الإعلامي	مستمر
تقرير الأداء	شهري
التقرير التحليلي	ربع سنوي
التقرير الشامل	سنوي
الاستشارات الإعلامية	مستمرة طوال مدة العقد
الدعم الإعلامي العاجل	عند الحاجة

9. مؤشرات الأداء ومتطلبات العرض الفني والمالي

9.1 مؤشرات الأداء الرئيسية

- الالتزام بعدد الأخبار وجودة الصياغة وعدم وجود الأخطاء اللغوية والمعلوماتية.
- الالتزام بمواعيد التسليم وسرعة الاستجابة وجودة الترجمة الإنجليزية.
- جودة المحتوى الإبداعي والتصاميم والتغطيات والعلاقات مع وسائل الإعلام.
- انتظام النشر وتحقيق مؤشرات النمو والتفاعل المتفق عليها.
- جودة التقارير والتحليل والالتزام بالهوية المؤسسية.
- رضا فريق الغرفة، القدرة على الاستجابة العاجلة وتقديم أفكار ومبادرات استباقية.

9.2 متطلبات العرض الفني

- نبذة عن الشركة والرخصة التجارية السارية والخبرات ذات الصلة.
- منهجية إدارة المشروع وخطة العمل المقترحة للغرفة.
- تشكيل فريق العمل وسير الأعضاء الرئيسيين وتوزيع الأدوار.
- آلية التعامل مع الطلبات العاجلة وضمان الجودة وإدارة الأزمات.
- هيكل التقارير والجدول الزمني لبدء المشروع وبيانات مسؤول التواصل.
- خطاب تقديم على ورق الشركة، موقع ومختوم من المخول، يتضمن الإقرار بصحة المعلومات وقبول شروط المناقصة.

9.3 متطلبات العرض المالي

- التكلفة الشهرية والتكلفة السنوية بالدرهم الإماراتي.
- تفصيل تكلفة البنود الرئيسية وأي خدمات إضافية أو حدود للكميات.
- توضيح ضريبة القيمة المضافة وفق الأنظمة المعمول بها.
- الإعلانات المدفوعة وتعزيز المنشورات لا تدخل ضمن التكلفة إلا بعد موافقة مسبقة من الغرفة.

10. الملكية والسرية والاعتماد وجودة المحتوى

10.1 الملكية الفكرية وملكية المحتوى

- تعد جميع المواد المنتجة ضمن العقد ملكاً حصرياً لغرفة تجارة وصناعة الشارقة، بما يشمل النصوص والأخبار والكلمات والصور والفيديوهات والتصاميم والملفات المفتوحة والسيناريوهات وقواعد البيانات والتقارير والدراسات والتحليلات.
- لا يحق للشركة إعادة استخدام أو نشر أي مادة لأغراض تجارية أو دعائية أو ضمن ملف أعمالها إلا بعد موافقة خطية من الغرفة.

10.2 السرية وحماية المعلومات

- المحافظة التامة على سرية المعلومات والوثائق والبيانات وعدم مشاركتها مع أي طرف ثالث.
- تشمل السرية: الأخبار قبل نشرها، بيانات القيادات، الخطط والمشاريع المستقبلية، البيانات الداخلية، كلمات المسؤولين والمعلومات الاقتصادية غير المنشورة.
- يستمر الالتزام بالسرية بعد انتهاء العقد، ويعد الإخلال بها سبباً لاتخاذ الإجراءات التعاقدية المناسبة.

10.3 الاعتماد والنشر

- لا يجوز نشر أو إرسال أو توزيع أي مادة باسم الغرفة قبل اعتمادها من الشخص أو الإدارة المخولة.
- للغرفة القرار النهائي في اعتماد النصوص والتصاميم والأخبار والكلمات والتصريحات وتوقيت النشر ووسائل الإعلام المستهدفة.

10.4 جودة المحتوى

- أن يكون المحتوى أصلياً، دقيقاً، خالياً من الأخطاء، متوافقاً مع هوية الغرفة ومناسباً للجمهور المستهدف.
- الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية وحقوق الملكية الفكرية للغير، وتحمل الشركة مسؤولية سلامة المواد المستخدمة وحقوق استخدامها.

11. مدة العقد والتزامات الشركة والشروط العامة

11.1 مدة العقد والدفع

- مدة العقد اثنا عشر (12) شهراً من تاريخ بدء العمل، قابلة للتجديد وفق الأنظمة المعتمدة وبناءً على تقييم الأداء.
- تتم الدفعات شهرياً بعد اعتماد المخرجات، وتخضع للضريبة وفق الأنظمة المعمول بها.

11.2 التزامات الشركة

- تخصيص فريق مؤهل والالتزام بالخطّة والمواعيد وتوفير الدعم الإعلامي المستمر.
- المحافظة على السرية، وتصحيح الأخطاء فوراً وعلى نفقة الشركة.
- الاحتفاظ بأرشيف منظم وتسليم الملفات والمصادر للغرفة عند الطلب.
- حضور الاجتماعات والفعاليات عند التكليف والالتزام بجميع سياسات وأنظمة الغرفة.

11.3 الشروط العامة

- لا تقبل العروض المتأخرة أو غير المكتملة، وتحتفظ الغرفة بحق رفض أي عرض أو جميع العروض.
- تعد عملية التقييم سرية، وتصبح العروض والمستندات المقدمة ضمن إجراءات المناقصة خاضعة لأنظمة الغرفة.
- يجوز للغرفة تعديل أو إضافة أو حذف أجزاء من نطاق العمل وفق احتياجاتها التشغيلية، والتعامل مع التغييرات الجوهرية وفق الإجراءات التعاقدية المعتمدة.
- يجوز للغرفة طلب عينات أو عروض تقديمية أو مقابلات مع الفريق المقترح قبل الترسية النهائية.
- يجوز إنهاء التعاقد وفق الشروط والإجراءات المعتمدة وبالإشعار المحدد في العقد النهائي.

الخاتمة

تسعى غرفة تجارة وصناعة الشارقة إلى اختيار شريك إعلامي يمتلك الخبرة والكفاءة والقدرة الإبداعية لتقديم منظومة إعلامية وعلاقات عامة واتصال رقمي متكاملة، والعمل كشريك استراتيجي يساهم في تطوير الحضور الإعلامي والرقمي للغرفة وقياس أثره بما يتوافق مع أهدافها وتوجهاتها المؤسسية.