

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ციფრული სააგენტოს ტენდერი

საქართველოს ტურიზმის ეროვნულმა ადმინისტრაციამ (GNTA), კონსულტანტების გუნდთან ერთად მოამზადა ციფრული ტრანსფორმაციის პროექტი, რის შედეგადაც არსებული არხების განსახლებლად ჩამოყალიბდა გეგმა მათი ხარისხის და ეფექტურობის გაზრდის მიზნით.

საქართველოს ტურიზმის ადმინისტრაციის, ონლაინ სტრატეგიის ყველაზე მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს ახალი ვებ-პორტალის georgia.travel შემუშავება. აღნიშნული პორტალი საშუალებას მისცემს საქართველოში დაინტერესებულ ყველა პირს - უცხოელებსა თუ ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეებს, მიიღონ ამომწურავი ინფორმაცია საქართველოს ტურისტული ადგილმდებარეობების, სანახაობების და აქტივობების შესახებ და სწორად დაგეგმონ საქართველოში ვიზიტი.

გეგმის განსახორციელებლად საჭიროა მოხდეს მულტიფუნქციური ციფრული სააგენტოს დაკონტრაქტება, რომელიც წინ გაუძღვება ამ პროექტის რამოდენიმე მნიშვნელოვან კომპონენტს.

პროექტი შედგება ოთხი მთავარი კომპონენტისგან, რომლის დეტალურ განხილვას იხილავთ მოცემულ დოკუმენტში. ესენია:

- ახალი ვებ პლატფორმისთვის ტექსტების შექმნა სამ ენაზე;
- ახალ ვებ-გვერდზე ინფორმაციის ატვირთვა და მართვა;
- სოციალური ქსელების მართვა და ქონტენტის შექმნა;
- საძიებო სისტემების ოპტიმიზირება (SEO)

1. ახალი ვებ გვერდის ტექსტების შექმნა

იმისათვის, რომ ტურიზმის ადმინისტრაციამ მიაღწიოს ამჟამინდელ და მომავალ მიზნებს, ციფრულმა სააგენტომ უნდა შექმნას საშუალოდ 4800მდე სტატია და ვებ გვერდის ტექსტები სამ ენაზე (ინგლისური, ქართული, რუსული). სტატიები უნდა იყოს შედგენილი დაკონტრაქტებული ტურიზმის კონსულტანტების და ქონთენტის გუნდის მიერ, რასაც ტენდერში გამარჯვებული სააგენტო უზრუნველყოფს. სააგენტოს ასევე დაევალება, სისტემატიურად მართოს ვებ-გვერდის ბლოგი და პერიოდულად განაახლოს ინფორმაცია.

1.1 ქონთენტის თემები და რაოდენობა

ვებ-გვერდის მიზანია, ხელი შეუწყოს ტურიზმის განვითარებას საქართველოში და გახდეს მთავარი ეროვნული ონლაინ ინფორმაციის პორტალი მოგზაურობის დასაგეგმად. საფუძვლიანი გამოკვლევის შედეგად შექმნილია დოკუმენტი, რომელშიც აღირიცხა ყველაზე მნიშვნელოვანი სანახაობა, აქტივობა, სერვისი და ადგილი, რომელსაც საქართველო ტურისტებს სთავაზობს. ამის შედეგად შედგენილია თემების ცხრილი და სტრუქტურა, რომლის საფუძველზეც უნდა დაიწეროს დიდი რაოდენობით ტექსტები. ქვევით მითითებულია ამ სიის ზოგადი მთავარი თემები. დეტალურად შეგიძლიათ იხილოთ დანართში „Georgia.Travel - ქონთენტის ცხრილი”.

სექცია	დახასიათება	სტატიების რაოდენობა
რატომ საქართველო	ინფორმაცია საქართველოს ისტორიის, გეოგრაფიის და ტურისტისთვის საინტერესო სხვა თემების შესახებ.	19
ადგილმდებარეობები	გვერდები რეგიონების, ქალაქების, სოფლების თუ კურორტების შესახებ.	142
სანახაობები	ინფორმაცია კულტურულ ძეგლებზე, მუზეუმებზე, ღვინის მარნებზე და ტურისტისთვის საინტერესო სხვა ლოკაციებზე.	755
ბუნება და თავგადასავლები	გვერდები საქართველოს ბუნებაზე: მთებზე, ტბებზე, გამოქვაბულებზე და ა.შ. ასევე ინფორმაცია სხვადასხვა ტიპის აქტივობების განხორციელების შესაძლებლობებზე: ლაშქრობა, თხილამურით სრიალი და ა.შ.	552
სასარგებლო ინფორმაცია	ინფორმაცია საქართველოში მოგზაურობაზე, ვიზებზე, რეგიონებს შორის სატრანსპორტო მიმოსვლაზე და ა.შ.	41
ბლოგი	საშუალოდ 400-600 სიტყვიანი გვერდები საქართველოს ტოპ სანახაობებზე, აქტივობებზე და სერვისებზე.	50
პოპულარული გეგმები	სექცია ტურისტებისთვის შექმნილი საინტერესო ტურებით.	36
დამატებითი გვერდები	პრესა და მედია, კონფიდენციალურობის პოლიტიკა და სხვ.	3

ჯამში 1598 სტატიას (ყოველ ენაზე) ემატება ვებ-გვერდისთვის შესაქმნელი ზოგადი ტექსტები (copies) 17,000-19,000 სიტყვის ფარგლებში (ყოველ ენაზე). ესენია: გვერდის მენიუს დასახელებები, სექციის სათაურები, ზოგადი სექციის აღწერები და ყველა სხვა კომპონენტის ქონთენტი, რაც შეიძლება დასჭირდეს პლატფორმას.

1.2 ვებ გვერდის ენები

ტექსტები უნდა იყოს შექმნილი და რედაქტირებული ქართულ, ინგლისურ და რუსულ ენებზე.

1.3 გუნდის დახასიათება

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია უზრუნველყოფს ქონთენტის ყველა იმ კონკრეტულ საკითხს, რომელზეც უნდა დაიწეროს მოცემული ტექსტები. ტენდერის გამარჯვებულს ევალება, ზემოხსენებულ თემებში დააკონტრაქტოს კონსულტანტები, რომლებიც შინარსის სწორედ დაწერაში დაეხმარებიან.

აუცილებელია, რომ ინგლისური და რუსული ტექსტები შეიქმნას მშობლიურ ენაზე მოსაუბრე ქონთენტის გუნდის მიერ (native speakers). სასურველია, მათ ჰქონდეთ ტურიზმის სფეროსთვის ტექსტების შემქნის გამოცდილება.

დაკონტრაქტება უნდა მოხდეს ტურიზმის ადმინისტრაციასთან შეთანხმებით. იმ შემთხვევაში, თუ სააგენტოს დასჭირდა კადრების მოძიება, ტურიზმის ადმინისტრაციას შეუძლია რეკომენდაცია გაუწიოს ინგლისურენოვან ტექსტების ავტორებს.

1.4 სიტყვების რაოდენობა

თანდართულ ფაილში მითითებულია სიტყვების რაოდენობა, რომელიც თითოეულმა სტატიამ უნდა დააკმაყოფილოს. ზოგიერთი სტატიის ზომა არის სავარაუდო, ვინაიდან შესაძლებელია, კონკრეტულ თემაზე მეტი ან ნაკლები ინფორმაცია იყოს შესაძგენი. იმ შემთხვევაში, თუ სტატიების სიტყვების მაქსიმალური რაოდენობის რედაქტირება არ იქნება საჭირო, დარჩენილი სიტყვების რაოდენობა დაგროვდება კრედიტის სახით, იმისთვის რომ ვებ-გვერდის სხვა სტატიებში იყოს გამოყენებული.

განსაკუთრებით მნიშვნელოვან საკითხებზე შექმნილ სტატიებში (მაგალითად: ზოგიერთი მთავარი ქალაქი, სანაზაოებები ან აქტივობები, რომელზეც ინფორმაცია საძიებო სისტემებში დიდი რაოდენობით იძებნება), შესაძლებელია, სიტყვების რაოდენობამ მითითებულ ლიმიტს გადააჭარბოს. ამ შემთხვევაში, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, გამოყენებული იქნება დარჩენილი სიტყვების მარაგი, რომელიც სხვა სტატიებიდან იქნება გადმოტანილი.

1.5 რეკომენდაციები

პირველ ეტაპზე ტურიზმის ადმინისტრაციამ კოსულტანტებთან ერთად აღრიცხა და კატეგორიებად დაალაგა ვებ გვერდზე გამოსაქვეყნებელი ტექსტები. ამის მიუხედავად, გამარჯვებული სააგენტოსგან და მათი კონსულტანტებისგან მისასალმებელი იქნება ნებისმიერი

რეკომენდაცია, რომელიც ვებ-გვერდს ინფორმაციულ არქიტექტურას, ხარისხს და საინტერესო ქონთენტს შესძენს. ამ შემთხვევაში, ყველა ცვლილება წინასწარ უნდა იყოს შეთანხმებული ტურიზმის ადმინისტრაციის გუნდთან.

1.6 ინფორმაციის განახლება

Georgia.Travel-ის ახალი ვებ პორტალი, რომელზეც განთავსებული იქნება ინფორმაცია, უნდა განახლდეს სისტემატიურად. მაგალითად: „კოვიდ 19“, „ვიზები“ და სხვა ზოგადი ინფორმაციული გვერდები, რომლებიც ცვალებად ფაქტორებზეა დამოკიდებული.

1.7 სტატიების ჩაბარების ვადა და ფაზები

ქვევით მოცემული ცხრილი აღწერს შესაქმნელი სტატიების და დაკავშირებული სიტყვების რაოდენობის ჩაბარების ფაზის დეტალებს.

	ფაზა 1 (3 თვე) (Ge+ En + Ru)	ფაზა 2 (4 თვე) (Ge + En + Ru)	ფაზა 3 (5 თვე) (Ge + En + Ru)
სტატიების რაოდენობა	1314	1335	2145

არსებულ დოკუმენტში გაწერილი ფაზები შესაძლებელია, შეიცვალოს ორივე მხარის თანხმობის შემთხვევაში. მნიშვნელოვანია, სტატიები ჩაბარდეს იმ მოცემულ ფაზებში, რომელიც მითითებულია დანართში „Georgia.Travel - ქონთენტის ცხრილი“.

1.8 SEO რეკომენდაციებით ტექსტების შედგენა

ვებ გვერდზე განსათავსებელი ტექსტები უნდა დაიწეროს SEO-ს რეკომენდაციების გათვალისწინებით.

1.9 ხარისხი

- ყოველი დაწერილი ტექსტი უნდა იყოს დაკონტრაქტებული კომპანიის ორიგინალი ნამუშევარი;
- დაუშვებელია ციტირების გარეშე ქონთენტის ატვირთვა. პლაგიატის დაფიქსირების შემთხვევაში, ტურიზმის ადმინისტრაციის მიერ მიღებული იქნება შესაბამისი ზომები;
- ასევე ადმინისტრაცია იტოვებს უფლებას, თავად შეაფასოს მოწოდებული სტატიების ხარისხი, რომელიც სისტემატიურად უნდა იგზავნებოდეს დასამტკიცებლად.

1.10 არსებული სტატიების არქივი

ტურიზმის ადმინისტრაციას აქვს სტატიების არქივი, რომლიდანაც, კონკრეტულ შემთხვევებში, შეიძლება არსებული ტექსტების გამოყენება. ამ შემთხვევაში გაწერილი სიტყვების რაოდენობა სრული დავალების ჯამს არ მოაკლდება და გადანაწილდება სხვა ტექსტების შესაქმნელად.

1.11 ბლოგის სტატიები

სააგენტოს მოეთხოვება, სისტემატიურად შექმნას ბლოგის სტატიები SEO რეკომენდაციებისა და ტრენდების მიხედვით. ამ სტატიების რაოდენობა და ჩაბარების ვადები მითითებულია დანართში “Georgia.Travel - ქონტენტის ცხრილი”.

2. ვებ-გვერდის მართვა

2.1 ტექსტების ატვირთვა

დაკონტრაქტებულ კომპანიას ევალება მშენებარე ვებ-გვერდზე ტექსტების განთავსება. ამისათვის საჭიროა სამართავი პანელის შესწავლა და გამართულად გამოყენების ექსპერტიზა, იმისათვის, რომ უზრუნველყოს მოცემული ქონთენტის და ფოტოების სწორედ განთავსება. დაკონტრაქტებულმა კომპანიამ საჭიროების შემთხვევაში, ასევე, უნდა უზრუნველყოს ზოგადი/გარე ქონთენტის ატვირთვა ტურიზმის ადმინისტრაციის მოთხოვნების შესაბამისად. ვებ-გვერდზე ინფორმაცია უნდა განახლდეს სისტემატიურად.

2.2 ვებ-გვერდის დეველოპმენტის მართვა

ვინაიდან ციფრულ სააგენტოს მჭიდროდ მოუწევს ვებ გვერდთან მუშაობა, მისმა გუნდმა, ტურიზმის ადმინისტრაციასთან ერთად, უნდა მიიღოს მონაწილეობა ვებ გვერდის შექმნის პროექტში. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, ყურადღება მიექცეს და სააგენტოს მხრიდან მივიღოთ რეკომენდაციები ბექ ენდის გამართულობაზე, ადმინისტრატორის პანელის ოპტიმიზირებაზე და ხარვეზების პოვნის შემთხვევაში, გამოსასწორებლად წერილობით აცნობოს დეველოპერების ჯგუფს და ადმინისტრაციას.

2.3 გვერდების კონფიგურაცია

- პლატფორმის კომპლექსურობიდან გამომდინარე, აუცილებელია, ყველა გვერდს გაეწეროს სწორი პარამეტრები. მაგალითად, სანახაობის ატვირთვისას მნიშვნელოვანია, იყოს მითითებული რეგიონი, კატეგორია, ქვეკატეგორია, თეგები, პრიორიტეტულობა და ასევე პინი, იმისათვის, რომ სწორედ გამოჩნდეს რუკაზე.
- გვერდებზე მოთავსებულია ისეთი API კონექტორები, როგორებიცაა: Trip Advisor, Google Maps, Wikiloc-ის რუკები და სხვები. მნიშვნელოვანია, თითოეულ პლატფორმას გაუკეთდეს სწორი ფილტრებისა და ლინკების კონფიგურაცია, რათა ვებ-გვერდი გამართულად იმართებოდეს.
- იმ შემთხვევაში თუ Google Maps-ში სანახაობის პროფილზე საკონტაქტო ინფორმაცია და განრიგი არ იქნა შეყვანილი, საჭირო იქნება კონკრეტული ინფორმაციის მოძიება და ხელით შეყვანა. ტურიზმის ადმინისტრაციაც მაქსიმალურად ჩართული იქნება ასეთი ხარვეზების აღმოფხვრაში.

2.4 ფოტოების დამუშავება

ფოტოები უნდა შეირჩეს ადმინისტრაციის ფოტო არქივიდან, პარტნიორების ფაილებიდან ან ისეთი ფოტოებანიდან, როგორც არის, მაგალითად, Shutterstock. ფოტო-ვიდეო მასალების ხარჯებს გაწევს ადმინისტრაცია;

ფოტოები უნდა იყოს შერჩეული ვებ-გვერდის სტილისტიკის მიხედვით და ტურიზმის ადმინისტრაციასთან შეთანხმებით;

ფოტოები გრაფიკული დიზაინერის მიერ უნდა იყოს დამუშავებული იმისათვის, რომ სტილისტურად სხვა, არსებულ ფოტოებსაც მოერგოს;

ფოტოები ატვირთული უნდა იყოს რაც შეიძლება მცირე ზომაში. თუმცა, მნიშვნელოვანია ხარისხისა და ზომის იდეალური თანაფარდობა ისე, რომ არ იკავებდეს დიდ მოცულობას. აღნიშნულს განსაკუთრებული ყურადღება მიექცევა გამომდინარე იქიდან, რომ მომხმარებელზე, ვებ-გვერდის ჩატვირთვის სიჩქარეზე მეტად მოახდენს ეფექტს. ხშირ შემთხვევაში საჭირო იქნება, ფოტოები დამუშავდეს და აიტვირთოს ცალკე მობაილზე და დესქტოფზე;

ფოტოებს ატვირთვამდე ასევე უნდა გაეწეროს Alt თეგები და დაცული იყოს ნებისმიერი სხვა პარამეტრები, რომელსაც SEO-ს გუნდი მოითხოვს;

2.5 სამართავი პანელი

- კომპანია დაკომპლექტებული უნდა იყოს კადრებით, რომლებსაც ანალოგიური ტიპის პროექტების მართვის გამოცდილება ექნებათ და შეძლებენ მალე დაეუფლონ ახალ სამართავ პანელს;
- სამართავი პანელის გამოყენებისას შემჩნეული, მისი გაუმჯობესების ნებისმიერი შესაძლებლობის შესახებ უნდა ეცნობოს დეველოპერებს და ადმინისტრაციას.

3. სოციალური მედიის მენეჯმენტი

საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას ესაჭიროება გამოცდილი გუნდი, რომელიც სოციალურ ქსელებს მართავს ახალი ციფრული სტრატეგიის თანახმად. სააგენტოს დაევალება, არსებული, ტურისტების მიერ გენერირებული და საკუთარი ფოტო-ვიდეო მასალის გამოყენებით, შექმნას პოსტები და აქტიური კომუნიკაცია მოახდინოს გვერდების გამომწერებთან. ტურიზმის ადმინისტრაციის სოციალური ქსელების სიას შეადგენენ შემდეგი გვერდები:

- Facebook – GeorgiaandTravel
- Instagram - @Georgia.Travel
- Twitter - @Georgiaandtrave
- LinkedIn – Georgian National Tourism Administration
- Youtube - GeorgiaandTravel
- TikTok – Georgia.Travel (გვერდი გასააქტიურებელია)

3.1 სოც მედია გვერდების მიზნებია

- შთააგონოს სოც მედია მომხმარებლები, რომ იმოგზაურონ საქართველოში;
- შეიქმნას ლოიალური გამომწერების კომუნა;
- გაიზარდოს ცნობადობა საქართველოს მდიდარ ტურისტულ სანახაობებზე თუ აქტივობებზე;
- გადაამისამართოს ტრეფიკი ახალი ვებ გვერდისკენ.

3.2 სოც მედია გუნდის მიზანია

- ქსელის გაფართოების მიზნით, გაზარდოს გვერდების და პოსტების წვდომა, რათა არხებმა შეიძინოს დამატებითი აუდიენცია;
- გააუმჯობესოს ინტერაქციის სიხშირე (engagement rate) (მოწონებები, კომენტარები, გაზიარებები), არხების ლოიალური მომხმარებლების გასაზრდელად;
- განავითაროს სხვა სოც მედია გვერდებიდან არსებული გამოხმაურებების სიხშირე;
- მოახდინოს სტრატეგიის ადაპტირება ბრენდზე პოზიტიური ონლაინ მსჯელობის გასაძლიერებლად.
- გაზარდოს მომხმარებლების ბრენდთან კომუნიკაციის სიხშირე და კითხვა-პასუხის ეფექტურობა.
- მონიტორინგი გაუწიოს აუდიენციის ქცევას სოციალურ ქსელებში კომუნის განვითარების მიზნით.

3.3 პოსტების რედაქტირება

ვინაიდან მოცემული სოც მედია არხები მიმართულია უმეტეს წილად საერთაშორისო აუდიენციაზე, ტექსტები უნდა იყოს დაწერილი ინგლისურად, გრამატიკის, სტილის და ტონის დაცვის სიზუსტით. ქონტენტში უნდა აისახებოდეს სტრატეგიული მესიჯი და ამავდროულად ინარჩუნებდეს შემდეგ ტონს:

- პერსონა: შთამაგონებელი და მხიარული;
- ტონი: მეგობრული და ინფორმატიული;
- ენა: არაფორმალური, მაგრამ მცოდნე;
- მიზანი: დაინტერესება და ჩართულობა;

3.4 საკუთარი ვიდეო მასალა

გამარჯვებულმა გუნდმა უნდა შექმნას **თვეში 4 მოკლე ვიდეო**, რომლის საბოლოო ფორმატი ადაპტირებული იქნება როგორც **ჰორიზონტალურ**, ასევე **ოთხკუთხედ და ვერტიკალურ** (სთორი) ეკრანის ზომებზე. ვიდეოები უნდა იყოს საშუალოდ 2 წუთის ხანგრძლივობის და მოიცავდეს იმ თემებს, რომელიც მოცემულია დანართში „**Georgia.Travel ქონტენტის ცხრილი**“. ფორმატი მომხმარებელს უნდა აწვდიდეს ინფორმაციას საქართველოს სანახაობებზე და აქტივობებზე, რათა გამოიწვიოს მეტი ინტერესი და აღძრას მათი ცნობისმოყვარეობა. იხილეთ ვიდეოს მაგალითი.

- პოსტების შესაქმნელად, ასევე, შესაძლებელია გარე წყაროებიდან, ტურიზმის ადმინისტრაციის არქივიდან და ფოტობანკებიდან მოწოდებული ფოტო-ვიდეო მასალის გამოყენებაც;
- საჭიროების შემთხვევაში, მოცემული ქონტენტი გრაფიკული დიზაინერის მიერ უნდა იყოს დამუშავებული იმისათვის, რომ სტილისტურად გვერდის სხვა არსებულ ფოტოებს მოერგოს.

3.5 პოსტების გამოქვეყნება

- პოსტების პუბლიკაციისთვის უნდა იყოს გამოყენებული ისეთი სპეციალიზირებული პლათფორმები, როგორიცაა Later, Hootsuite, Sprinklr ან სხვა. მოცემული ხელსაწყოების ხარჯებს დაფარავს მომწოდებელი, რომელსაც ასევე დაევალება, რომ ადმინისტრაციას გამოუყოს წვდომა;
- ყოველი თვის დასასრულს, მომავალი პერიოდის პოსტების მინიმუმ 50% წინასწარ უნდა იყოს ატვირთული მოცემულ პლათფორმაზე, სადაც გამოქვეყნებამდე ტურიზმის ადმინისტრაციის მიერ იქნება დამტკიცებული;
- ციფრული სააგენტო მზად უნდა იყოს, რომ მოცემულ პოსტებზე შეცვალოს ვიზუალი, ტექსტი ან სხვა კომპონენტები, ტურიზმის ადმინისტრაციის მითითებების თანახმად;
- სააგენტო მზად უნდა იყოს, სწრაფად მოახდინოს რეაგირება და სარედაქციო კალენდარში შეიტანოს ცვლილებები თუ ტურიზმის ადმინისტრაციასთვის პრიორიტეტული აღმოჩნდება სხვა მასალა.

3.6 პუბლიკაციის თემები და სიხშირე

ქონთენთი უნდა იყოს დაფუძნებული სამიზნე აუდიტორიასა და საკვანძო ტურისტულ პროდუქტებზე, რომელსაც ტენდერის გამარჯვებული, ტურიზმის ადმინისტრაციის ჩართულობით, განსაზღვრავს მოცემული პერიოდის თუ სეზონის მიხედვით. Georgia.Travel-ის გვერდებისთვის პოსტები უნდა იყოს შექმნილი შემდეგი სიხშირით და თემატიკის მიხედვით.

თემა	სახეობა	Facebook	Instagram	Twitter	Linkedin	Tiktok	Youtube
საქართველო - ისტორია და კულტურა	სისტემატიური	2x /m	2x /m	2x /m	2x /m	1x /m	0-1x /m
ხელოვნება	სისტემატიური	1x /m	1x /m	1x /m	1x /m	0x /m	0x /m
კულტურული ძეგლები	სისტემატიური	1x /m	1x /m	1x /m	1x /m	1x /m	0-1x /m
ბუნება	სისტემატიური	2x /m	2x /m	2x /m	0 /m	1x /m	0-1x /m
კვება და მეღვინეობა	სისტემატიური	2x /m	2x /m	2x /m	0 /m	1x /m	0-1x /m
თავგადასავლები	სეზონური	2x /m	2x /m	2x /m	0 /m	2x /m	0-1x /m
ლამის ცხოვრება	სისტემატიური	4x /m	4x /m	4x /m	2x /m	3x /m	0-1x /m
გამაჯანსაღებელი პროცედურები	სეზონური	1x /m	1x/m	1x /m	1x /m	0-2 /m	0-2 /m
სიახლეები საქართველოდან	სისტემატიური	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m
ღონისძიებები	სისტემატიური	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m
ლაივ სთორიმი	სეზონური	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0 /m	0-2 /m	0-2 /m
მომხმარებლის მიერ შექმნილი ქონთენთი	სისტემატიური	2-4 /m	4-4 /m	2-4 /m	0 /m	0 /m	0 /m
ბლოგერებთან კოლაბორაცია	პერიოდული	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m
არტისტებთან კოლაბორაცია	პერიოდული	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m
ადგილობრივი კამპანიები	პერიოდული	0-4x /m	0-4 /m	0-4 /m	0-2 /m	0-4x /m	0-4x /m
შეთავაზებები	პერიოდული	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m	0-2 /m	0 - 4x /m	0-4x /m
ჯამში:	-	17-30 /m	19-30 /m	17-30 /m	7-15 /m	11-20 /m	4x /m

ტურიზმის ადმინისტრაციის სოციალური ქსელების ეკოსისტემაში, ამასთანავე, შედის Facebook ჯგუფი Georgia.Travel, რომელიც მიმართულია ქართულ აუდიტორიაზე შიდა ტურიზმის პოპულარიზაციისათვის. დაკონტრაქტებულ სააგენტოს, ასევე, დაევალება ამ ჯგუფის კომუნის გაზრდა და მენეჯმენტი.

დაკონტრაქტებულ კომპანიას არ დაევალება ედების გაშვება თუ მენეჯმენტი.

3.7 მომხმარებლებთან ინტერაქცია

ტურიზმის ადმინისტრაციის სოციალური მედიის გვერდებს უკავშირდება მომხმარებლების დიდი რაოდენობა, როგორც პირდაპირი მესიჯებით, ასევე გამოქვეყნებულ პოსტებზე. მნიშვნელოვანია, რომ ამ მესიჯებზე მოხდეს დაუყოვნებლივი პასუხი იმ გაიდლაინის მიხედვით, რასაც ტურიზმის ადმინისტრაცია უზრუნველყოფს. იმ შემთხვევებში, თუ გაიდლაინში შესაბამისი პროტოკოლი არ იქნება ასახული, სააგენტომ უნდა განაახლოს არსებული დოკუმენტი ტურიზმის ადმინისტრაციასთან კონსულტაციის შედეგად.

3.8 საქართველოს ტურიზმთან დაკავშირებული ონლაინ გაამოხმარებების მონიტორინგი

გამოყენებული უნდა იყოს ხელსაწყოები, რომლებიც შესაძლებლობას მისცემს, გახსნილი სოციალური მედიის პლატფორმებზე, მონიტორინგი გაუკეთოს ყველა მნიშვნელოვან ჰეშთეგს და პროფილს, რომელიც ტურიზმის ადმინისტრაციასთან ან საქართველოში მოგზაურობასთან არის დაკავშირებული. საჭიროების შემთხვევებში, უნდა მოხდეს ამ პოსტებთან პროაქტიული ინტერაქცია ან გადაზიარება.

3.9 ყოველთვიური სოციალური მედია ანგარიში

ანგარიშმა უნდა მოიცვას რეკომენდაციები და ყველა აქტიურ პლატფორმაზე ვიზუალურად წარადგინოს შემდეგი მაჩვენებლები:

გვერდის დონეზე

- გვერდის გამომწერების რაოდენობა და ჯამური ზრდა
- ჯამური ორგანული გავრცელება (reach)
- ჯამური ჩართულობა (engagement)

პოსტის დონეზე

- ჯამური მოწონებების (like) რაოდენობა
- კომენტარები
- გაზიარებები
- პოზიტიური და ნეგატიური რეაქციები
-

შემაჯამებელი

- დასკვნები
- რეკომენდაციები

4. SEO ოპტიმიზირება

SEO ოპტიმიზაცია პროექტის მნიშვნელოვანი კომპონენტია, ვინაიდან ახალი ვებ გვერდს, +4800 გვერდით და უკვე არსებული +100,000 ბეკლინკით, დიდი პოტენციალი აქვს, რომ საძიებო სისტემებში ტოპ პოზიციები დაიკავოს. SEO დავალების მთავარი პუნქტებია:

- საიტის მიგრაცია - ძირითადი მოთხოვნები საიტის მიგრაციის დაწყებამდე და შემდეგ;
- ტექნიკური სეო - ტექნიკური SEO მოთხოვნების განმარტება;
- SEO On Page - სტრატეგიის განმარტება და განხორციელების მოთხოვნები;
- SEO Off - სტრატეგიის განმარტება და განხორციელების მოთხოვნები;
- საერთაშორისო SEO - სტრატეგიის განმარტება და განხორციელების მოთხოვნები.

სრული დეტალებისთვის, გთხოვთ, იხილოთ დანართი: „Georgia.Travel – SEO - ტექნიკური დავალება“.

5. მიწოდების პირობები და ვადები

- მიმწოდებელი ვალდებულია, ხელშეკრულების გაფორმებიდან ერთი კვირის ვადაში, შემსყიდველთან შეთანხმებით წარმოადგინოს პროექტის შესრულების დეტალური გეგმა-გრაფიკი შესაბამისი რესურსების მითითებით. აღნიშნული დოკუმენტი დაეფუძნება სატენდერო დავალებას და საჭიროების ან მიზანშეწონილობის შემთხვევაში, შეიძლება დაკორექტირდეს თითოეული მხარის მიერ;
- მომსახურების გაწევის ვადაა ხელშეკრულების გაფორმებიდან არაუგვიანეს 5 სამუშაო დღის კალენდარული დღე;
- მიმწოდებელი ვალდებულია, გაასწოროს ტექსტების, ფოტო-ვიდეო მასალის, ვებ გვერდზე ატვირთული ქონტენტის ან სხვა გამოვლენილი ხარვეზები, ქონტენტის ატვირთვიდან 6 თვის განმავლობაში.

5.1 მოთხოვნა სერვისის მიწოდების/მომსახურების გაწევის/სამუშაოს შესრულების ვადებთან დაკავშირებით (გეგმა-გრაფიკი)

გამარჯვებულ პრეტენდენტს შეუძლია შემოგვთავაზოს ალტერნატიული სამუშაოების დეტალური გეგმა-გრაფიკი. დამკვეთი უფლებას იტოვებს, არ გაითვალისწინოს შემსრულებლის მიერ წარმოდგენილი ცხრილი და სატენდერო დოკუმენტაციაში გაწერილი ფაზებით მოითხოვოს პროექტის შესრულება.

5.2 ტექსტების შექმნის და ვებ გვერდის მართვის პირობები

- შემსყიდველი უფლებამოსილია, მუშაობის პროცესში მოითხოვოს შემუშავებულ გეგმაში ცვლილებების შეტანა;
- მიმწოდებელი ვალდებულია, ტექსტების ვებ-საიტზე ატვირთვამდე ტურიზმის ადმინისტრაციისგან მიიღოს დასტური;
- მიმწოდებელმა უნდა უზრუნველყოს დაწერილი ტექსტებში მოცული ინფორმაციის აუთენტურობა. აღმოჩენილი ნებისმიერი სახის ხარვეზი დროულ უნდა აღმოფხვრას და გარკვეულ საკითხებში სატელეფონო ან ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით გაუწიოს კონსულტაცია;
- საჭიროების შემთხვევაში, მიმწოდებელმა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის შესაბამის თანამშრომლებს და პროექტთან ასოცირებულ პირებს უნდა ჩაუტაროს ტრენინგი ვებ-პორტალის სამართავ პანელთან დაკავშირებით.

5.3 სოც მედია მართვის სერვისის პირობები

- შემსყიდველი უფლებამოსილია, მუშაობის პროცესში მოითხოვოს ცვლილებების შეტანა შემუშავებულ გეგმაში;
- მიმწოდებელი ვალდებულია, სოც მედია პოსტების გამოქვეყნებამდე ტურიზმის ადმინისტრაციისგან მიიღოს დასტური;
- მიმწოდებელმა უნდა უზრუნველყოს დაწერილი პოსტებში მოცული ინფორმაციის აუთენტურობა. გამოყენებულ ფოტო-ვიდეო მასალაზე დაცული უნდა იყოს საავტორო უფლებები. ნებისმიერი სახის ხარვეზი დროულად უნდა აღმოფხვრას და გარკვეულ საკითხებში სატელეფონო ან ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით გასწიოს კონსულტაცია;
- ონლაინ გამოხმაურებების მონიტორინგისას დაფიქსირებული ნებისმიერი პოტენციური რეპუტაციის კრიზისის შემთხვევაში, მიმწოდებელი დაუყოვნებლივ უნდა დაეკონტაქტოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის გუნდს და რეაგირება მოახდინოს მითითებების მიხედვით.

5.4 საძიებო სისტემების ოპტიმიზირების (SEO) შესრულის პირობები

- შემსყიდველი უფლებამოსილია, მუშაობის პროცესში მოითხოვოს შემუშავებულ გეგმაში ცვლილებების შეტანა;
- მიმწოდებელი ვალდებულია, შეასრულოს ყველა ის პუნქტი, რომელიც მოცემულია ფაილში **Georgia.Travel – SEO მოთხოვნები**;

- SEO სააგენტო, ასევე ვალდებულია, უზრუნველყოს ყოველთვიურად შესრულებული დავალებების შეჯამება ისევე, როგორც მასთან ერთად შესრულებული სამუშაოს მტკიცებულებები;
- ასევე, SEO სააგენტო პასუხისმგებელი იქნება, მოამზადოს ყოველთვიური ანგარიში განსაზღვრული საზომებით და KPI-ებით მოიცავდეს შემდეგ მაჩვენებლებს:
 - ორგანული ტრეფიკის მონაცემები (თვიდან თვემდე);
 - ორგანული ტრეფიკის მონაცემები (წლიური);
 - გვერდის ორგანული Bounce Rate;
 - გვერდზე გატარებული დრო (Time on Site);
 - ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა (Avg. Session Duration);
 - ორგანული ტრეფიკი ქვეყნების მიხედვით;
 - ორგანული საკვანძო სიტყვების მონაცემები (თვიდან თვემდე);
 - დომენის ავტორიტეტი.

5.5 პროექტის მოთხოვნები მართვის მიმართ

- მიმწოდებელმა უნდა მართოს პროექტი და კოორდინაცია გაუწიოს ყოველ პროცესს, რათა უზრუნველყოს პროექტის თითოეული ეტაპის წარმატებულად განხორციელება წინასწარ განსაზღვრული ვადების შესაბამისად;
- მიმწოდებელმა პროექტის განხორციელების პერიოდში უნდა უზრუნველყოს მუდმივი კომუნიკაცია შემსყიდველის მხრიდან განსაზღვრულ პროექტის მენეჯერთან და აწარმოოს პროექტის სტატუსისა და შესრულებული სამუშაოების შესახებ პერიოდული ანგარიშგება. ანგარიშგება უნდა შეიცავდეს საკმარის დეტალურ ინფორმაციას, რომლის საფუძველზეც შემსყიდველს შესაძლებლობა ექნება, განსაზღვროს პროექტის მიმდინარე სტატუსი, გაწეული სამუშაოების პროგრესი და შეძლოს რისკების იდენტიფიცირება;
- მიმწოდებელმა ხელშეკრულების გაფორმებიდან პირველი ორი თვის განმავლობაში, *ყოველ 2 კვირაში ერთხელ* უნდა წარმოადგინოს შესრულებული სამუშაოს შესახებ დეტალური ანგარიში (პროგრესის ანგარიში). შემდგომ პერიოდში პროგრესის ანგარიშის წარმოდგენის პერიოდულობა შეთანხმდება მხარეებს შორის;
- მიმწოდებელი პასუხისმგებელია, გააანალიზოს და შეისწავლოს შემსყიდველის მოთხოვნები, მოახდინოს დავალებების იდენტიფიცირება და გამოყოს საჭირო რესურსი მის შესასრულებლად.

5.6 ანგარიშსწორების პირობები

ეტაპობრივი ან/და საბოლოო ანგარიშსწორების განხორციელების პირობები:

- ანგარიშსწორება მოხდება უნაღდო ანგარიშსწორებით ლარში;
- ანგარიშსწორება მიმწოდებელთან მოხდება ეტაპობრივად ან ფაქტიურად გაწეული მომსახურების შესაბამისად, მიღება-ჩაბარების აქტის და საანგარიშსწორებო დოკუმენტაციის წარმოდგენის შემდგომ;
- ქვემოთ მოყვანილია ეტაპობრივი განხორციელების ვადები (ფაზების მიხედვით);
- ანგარიშსწორება განხორციელდება გაწეული მომსახურების შესაბამისად დოკუმენტების წარმოდგენიდან არაუგვიანეს 10 (ათი) სამუშაო დღის განმავლობაში.

6. მოთხოვნა ტენდერის მონაწილე კომპანიის და გუნდის გამოცდილების შესახებ

6.1 ტექსტების რედაქტირება

- პრეტენდენტს უნდა გააჩნდეს ბოლო 5 (ხუთი) წლის განმავლობაში არანაკლებ 3 (სამი) ონლაინ პლათფორმისთვის ტექსტების წერის და რედაქტირების გამოცდილება, რაც დადასტურდება შესაბამისი ხელშეკრულებ(ებ)ისა ან/და მიღება-ჩაბარების აქტ(ებ)ის წარმოდგენით;
- პრეტენდენტი ნამუშევარი უნდა იყოს მსგავს პროექტზე, რაც გულისხმობს სულ მცირე 100 გვერდის მოცულობის მასალებზე/შინაარსზე (ქონთენტზე) მუშაობის გამოცდილებას;
- პრეტენდენტმა უნდა წარმოადგინოს ბოლო 2 წლის საბანკო ბრუნვა;
- პროექტზე მომუშავე გუნდი დაკომპლექტებული უნდა იყოს მინიმუმ შემდეგი ფუნქციების შემსრულებელი მოქმედი სპეციალისტებით:
 - **პროექტის მენეჯერი** - კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ ხუთ პროექტზე მუშაობის გამოცდილება პროექტ მენეჯერის რანგში;
 - **ქართული ენის რედაქტორი** - კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ ხუთ პროექტზე მუშაობის გამოცდილება რედაქტორის რანგში;
 - **ქართული ენის ქოფირაითერი** - კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ სამ პროექტზე მუშაობის გამოცდილება ქოფირაითერის რანგში;
 - **ქართული ტექსტების ავტორები (3)** - კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ სამ პროექტზე ტექსტების წერის მუშაობის გამოცდილება;

- ინგლისური ენის რედაქტორი (ინგლისური, როგორც მშობლიური ენა. Native Speaker)
კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ ხუთ პროექტზე მუშაობის გამოცდილება რედაქტორის რანგში;
- ინგლისური ენის ქოფირაითერი
- კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ სამ პროექტზე მუშაობის გამოცდილება ქოფირაითერის რანგში ინგლისურ ენაზე;
- ინგლისური ტექსტების მთარგმნელი (3)
- კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ სამი პროექტის ტექსტების თარგმანში მუშაობის გამოცდილება ინგლისურ ენაზე.
- რუსული ენის რედაქტორი (რუსული, როგორც მშობლიური ენა. Native speaker)
- კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ ხუთ პროექტზე მუშაობის გამოცდილება რედაქტორის რანგში;
- რუსული ენის ქოფირაითერი
- კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ სამ პროექტზე მუშაობის გამოცდილება ქოფირაითერის რანგში რუსულ ენაზე;
- რუსული ტექსტების მთარგმნელი (3)
- კვალიფიკაცია: არანაკლებ 3 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ სამი პროექტის ტექსტების თარგმანში მუშაობის გამოცდილება რუსულ ენაზე.

6.2 ვებ გვერდის მართვა:

- პრეტენდენტს უნდა გააჩნდეს ბოლო 2 (ორი) წლის განმავლობაში არანაკლებ 3 (სამი) ონლაინ პლატფორმის მართვის გამოცდილება.
 - ვებ გვერდის ადმინი - კვალიფიკაცია: აღნიშნულ სფეროში არანაკლებ 2 წლიანი და მინიმუმ ორ CMS-ზე მუშაობის გამოცდილება, ასევე მართვის პრაქტიკა;
 - გრაფიკული დიზაინერი/ფოტო სპეციალისტი - კვალიფიკაცია: არანაკლებ 2 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ ხუთ პროექტზე მუშაობის გამოცდილება გრაფიკული დიზაინერის რანგში;

6.3 საძიებო სისტემების ოპტიმიზირება (SEO)

- პრეტენდენტს უნდა გააჩნდეს ბოლო 2 (ორი) წლის განმავლობაში არანაკლებ 5 (ხუთი) კომპანიის SEO სტრატეგიის და ოპტიმიზირების გამოცდილება;
- პრეტენდენტს უნდა ჰქონდეს SEO ოპტიმიზირების 3 ენაზე (ქართული, რუსული, ინგლისური) მუშაობის გამოცდილება.

*აღნიშნული ჩამონათვალი წარმოადგენს იმ მინიმალურ მოთხოვნებს, რასაც უნდა აკმაყოფილებდეს პროექტზე მომუშავე გუნდის შემადგენლობა. შესაძლებელია, რომ ერთმა პიროვნებამ შეითავსოს ჩამოთვლილთაგან ორი ფუნქცია, თუ იგი სრულად აკმაყოფილებს ზემოაღნიშნულ მოთხოვნებს.

*პრეტენდენტს უნდა ქონდეს სხვა სახელმწიფო ტენდერებში მონაწილეობის გამოცდილება.

აღნიშნული მოთხოვნების დაკმაყოფილების დასადასტურებლად პრეტენდენტებმა უნდა წარმოადგინონ:

- ინფორმაცია პროექტზე მომუშავე გუნდის შემადგენლობის (ფუნქციების მითითებით) შესახებ;
- გუნდის თითოეული წევრის რეზიუმე (ე.წ. CV), სადაც დადასტურებული იქნება ზემოაღნიშნულ მოთხოვნებთან შესაბამისობა.
- რედაქტორის, ქოფირაითერების და ტექსტების ავტორების ნამუშევრების პორტფოლიო.

6.4 სოციალური მედიის მენეჯმენტი

პრეტენდენტს უნდა გააჩნდეს ბოლო 2 (ორი) წლის განმავლობაში არანაკლებ 3 (სამი) კომპანიის სოციალური მედიის გვერდების მართვის გამოცდილება.

- სოც მედია მენეჯერი - კვალიფიკაცია: არანაკლებ 4 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და მინიმუმ 3 სოც მედია პლატფორმაზე მუშაობის გამოცდილება.
- ქოფირაითერი - კვალიფიკაცია: არანაკლებ 2 წლიანი გამოცდილება აღნიშნულ სფეროში და ინგლისურენოვან ტექსტებზე მუშაობის გამოცდილება.
- ვიდეო მხარდაჭერა - მინიმუმ 3 წლიანი გამოცდილება და 15-ზე მეტი კომპანიისთვის შესრულებული პროექტები.