

A E R O

[www.aeroidea.ru](http://www.aeroidea.ru)

# Как правильно организовать тендер на создание сайта

Владимир Синельников

 [www.facebook.com/sinelnikov.vv](http://www.facebook.com/sinelnikov.vv)

# Какие бывают тендеры?

- › **Ценовые**
- › **Креативные**
  - » Неоплачиваемые
  - » Оплачиваемые

A E R O

[www.aeroidea.ru](http://www.aeroidea.ru)

# Ценовой тендер



# Ценовой тендер

- › Объявляется или проводится неофициально
- › От агентства участвует только sales-менеджер
- › **Ключевой критерий отбора –  
сроки и стоимость**

A E R O

[www.aeroidea.ru](http://www.aeroidea.ru)

# Кто в компании должен проводить тендер?

- › технически подкованный специалист
- › специалист по маркетингу/PR
- › **в одном лице**

# Кого позвать в ценовой тендер?

- › Авторов сайтов-конкурентов
- › Воспользоваться рейтингом (Tagline)
- › Воспользоваться советом коллег

! Важно, чтобы все претенденты были из одной весовой категории

A E R O

www.aeroidea.ru

# Что дальше?

- › Составить бриф
- › Провести персонализированную рассылку
- › Личные встречи – по инициативе претендента



Vladimir Sinelnikov <sinelnikov.vv@gmail.com>

---

## Заказ

Писем: 24

---

**Кира Решеткова** <kreshetkova@olekstra.ru>

20 августа 2012 г., 16:46

Копы: mailbox@fufurico.ru, go@j-design.ru, mailbox@teletype.ru, yes@ustberice.ru, mail@artgorbunov.ru, info@ebrand.ru, info@defa.ru, mailbox@titaniumlabs.ru, studio@nile.ru, info@rbcsoft.ru, mailbox@fractala.ru, alex@designatelier.ru, sales@polkdesign.net, mailbox@popcom-house.com, mew@kittyhug.ru, inbox@adv.ru, info@psyho.net, info@adaba.ru, mail@ony.ru, info@articul.ru, moscow@martdesign.ru, info@promo.ru, info@turbomik.com, office@nimbler.ru, info@aeroidea.ru, info@actis.ru, hola@effect.ru, mail@matepuana.com, welcome@studiomade.ru, info@delafom.ru, info@femastyle.com, info@knockknock.ru, we@make.com.us, info@agency.ru, info@astronim.com, info@clickmedia.ru, info@plasticarts.ru, mailbox@xqdesign.ru, sales@qubis.org, manager@dominion.ru, mailbox@73dpi.ru, info@altwork.net, welcome@activemedia.by, info@pervorot.com, info@people.ru, info@osoft.ru, asian\_loitas@redkeds.com, info@notamedia.ru, welcome@businessidea.ru

# Как выбирать?

- › Скорость реакции
- › Follow-up
- › Проработка КП
- › Знакомство с командой
- › Рейтинги и награды

A E R O

[www.aeroidea.ru](http://www.aeroidea.ru)

# Креативный тендер



A E R O

www.aeroidea.ru

# В чем разница?

В креативном тендере в разработке презентации участвуют не только специалисты по продажам, но и основные производственные ресурсы: аналитики, стратеги, маркетологи, дизайнеры, верстальщики.



# Нужно ли проводить креативный тендер?

- › Да, если нужно неочевидное творческое решение
- › Да, если нужно выявить креативную составляющую среди одинаковых по всем остальным параметрам участников

# Когда не нужен креативный тендер?

- › Задача поставлена четко и узко  
(решение кроется в плоскости технической реализации)
- › Единственное основание – тот факт,  
что вы являетесь крупным брендом
- › Вы проводите мониторинг рынка  
(результаты могут быть не показательными)

## Участники и оплата

- › 3–5 участников. Чем больше участников, тем меньше мотивация каждого
- › Оплачиваемый тендер предоставляет более качественный состав и более глубокую проработку
- › Размер оплаты сопоставим с бюджетом проекта

# Тендерный бриф

## **Необходимо**

- › описание процедуры проведения тендера
- › описание творческой задачи
- › критерии оценки
- › количество участников

## **Желательно**

- › состав участников
- › бюджет

# Описание творческого задания

- › Клиенты, конкуренты, услуги, УТП
- › Плюсы и минусы существующего сайта
- › Референсы
- › Задачи нового сайта
- › Описание функционала
- › Требования к CMS

# Алгоритм

- › Рассылка предложений
- › Проведение очных брифингов
- › Проработка предложений участниками
- › Проведение презентаций

# Чего ждать от предложения

- › Представление агентства
- › Успешные кейсы
- › Отзывы клиентов, призы и награды
- › Схожий (по тематике или технически) опыт
- › Интерпретацию вашей задачи
- › Аналитику текущей ситуации
- › Возможные ограничения и риски
- › Стратегический подход и описание стратегии

## А также

- › Описание технологий
- › Предложение по поддержке и продвижению
- › Описание команды
- › Алгоритмы работы и инструменты
- › Сроки и стоимость
- › Предполагаемую оценку эффективности, возможности развития проекта

# А как же дизайн?

- › Не всегда входит в задачу
- › Никогда не бывает законченным на этапе тендера
- › Передает только общее настроение
- › Велика вероятность ошибки

A E R O

[www.aeroidea.ru](http://www.aeroidea.ru)

# Если ничего не подходит

Дебрифинг – повторные встречи с участниками, показавшимися наиболее компетентными, уточнение и сужение задачи



**A E R O**

[www.aeroidea.ru](http://www.aeroidea.ru)

## И самое главное

- › Креативный тендер требует огромной отдачи от заказчика
- › Работа на тендере = работа на реальном проекте
- › Качественная работа возможна только при обоюдной работе!

A E R O

[www.aeroidea.ru](http://www.aeroidea.ru)

Спасибо!  
Обсудим?

Владимир Синельников

 [www.facebook.com/sinelnikov.vv](http://www.facebook.com/sinelnikov.vv)