

TERMS OF REFERENCE NO. 15/24

Development of Market Strategy for Sustainable Fashion

1. Background

The nascent green transformation in Bosnia and Herzegovina, while a monumental challenge, is also a near-unique opportunity for a cultural shift towards an economy built on fundamentally different principles. With the Western Balkans one of Europe's areas most affected by climate change, there is even greater social and economic impetus to accelerate the pace of industrial and societal transformation.

However - and in addition to both consumers and producers acknowledging the need for greater responsibility and restraint - the success of the coming transformation will largely depend on the deployment of innovation as a critical enabler of this process; this is explicitly noted in the Guidelines for the Implementation of the Green Agenda for the Western Balkans.

Bosnia and Herzegovina's economy continues to lag behind the European average with traditional industry overwhelmingly exporting low technology products with limited value added and a large resource consumption footprint. This suggests that the deployment of effective innovation measures is essential, and that further engagement is needed to continue shifting research and innovation activities towards the business sector. The drive towards a greener, innovation-driven economy foresees a key role for small and medium enterprises in particular; worldwide, they contribute some 60% of industrial carbon emissions and 70% of all pollution. This shift towards more responsible and sustainable industrial practices for Bosnia and Herzegovina, however, requires businesses embrace innovative and efficient methods of production, with digitalization as a key driver. This, in turn, calls for new resources being placed at the disposal of established enterprises - as well as emerging entrepreneurs - in order to enable them to internalize new knowledge, deploy new technology, and make use of funding opportunities available through existing and future EU financing instruments.

Encouragingly, the green transformation is a key consideration in principal public sector strategies and policies, both in-country and by the resident donor community. This includes the EU's Economic and Investment Plan for the Western Balkans, the Western Balkans Green Agenda, the EU's Digital Strategy, the S3 Framework (Smart Specialization Strategy), and, crucially, the UN's Sustainable Development Goals. Domestically, all key national and sub-national documents reference the green transition and the need to move away from resource-intensive traditional industry operations. This includes the BiH Economic Reform Program, the entity development strategies, as well as sectoral guiding documents at national, entity and cantonal levels. There are, however, few interventions presently translating said strategic commitments into practical action. With this in mind, SSST has partnered up with the Federal Chamber of Commerce, the University of Novi Sad, Serbia, and the Innovation and Technology Park "Tehnopolis", Montenegro, to create an enabling platform that will guide businesses and entrepreneurs through the green transformation process, using innovative digitalization solutions to help them reinvent their business models and introduce new technologies aimed at decreasing industry's environmental footprint. The activity, titled the Green Agenda Innovation Accelerator (GAIA), is jointly funded by the European Union and the Federal Ministry for Economic Cooperation and Development of the Federal Republic of Germany (BMZ).

2. Objective

Through the transformative pilot subcomponent, GAIA project is working with pre-selected corporate partners from construction, textile and wood processing sectors, such as BAZERDŽAN concept store. The pilot companies, drawn from the ranks of partner industries, have been selected for their potentially transformative awareness-raising impact, as well as their demonstrated commitment to sustainability in operations and willingness to internalize new technologies.

As the effective targeting of the right audience is crucial for the success of paid promotion campaigns, the purpose of this assignment is to strategically utilize paid promotion methods to increase visibility, engagement, and conversions for sustainable fashion

In line with the requirements of the assignment for the development of a market strategy for sustainable fashion, the following sub-objective is thus envisioned:

Development of a comprehensive promotion campaign aimed at increasing visibility, and sales, enhancing brand awareness, and attracting new followers across Meta platforms (Facebook and Instagram) through the following:

1. Development of a comprehensive market analysis strategy of the target audience, including demographics, psychographics, behaviors, and preferences.
2. Identification of key segments within the target audience for tailored messaging and targeting.
3. Development strategies to reach and engage the target audience effectively through paid promotion channels and campaign launch
4. Optimization of campaign performance by continuously refining targeting parameters based on audience insights.

3. Scope of work

Under the overall supervision of the GAIA Project Team, and in collaboration with partners, the Service Provider will be responsible for the implementation of the following:

Activity 1. Development of a comprehensive market analysis strategy of the target audience, including demographics, psychographics, behaviors, and preferences.

The successful bidder will be responsible for utilizing data analytics tools and techniques to analyze audience demographics, interests, online behavior, and engagement with past marketing efforts. To do so, the bidder is expected to:

1. Outline the overarching campaign objectives and goals, focusing on increasing visibility, sales, enhancing brand awareness, and attracting new followers across Meta platforms.
2. Define target audience segments based on demographics, interests, and online behaviors to effectively reach potential customers.

A significant part of this undertaking includes the **Utilization of Meta Ads Manager**. The paid promotion campaigns will primarily utilize Meta Ads Manager (formerly Facebook Ads Manager) as the key advertising platforms. The scope related to the utilization of these platforms includes:

1. Setting up ad accounts and associated assets (e.g. conversion tracking) on Meta Ads Manager.
2. Developing and implementing targeting strategies based on the audience insights gathered during the analysis phase.
3. Creating ad creatives (text, images, and videos) tailored to each platform's specifications and best practices.
4. Managing campaign budgets, bids, and scheduling to optimize performance and maximize ROI.
5. Monitoring campaign performance metrics
6. Iteratively optimizing campaigns based on data-driven insights and A/B testing strategies.
7. Providing regular performance reports and recommendations for campaign adjustments to improve results over time.

Proposed level of effort: 2 days

Activity 2. Identification of key segments within the target audience for tailored messaging and targeting.

The identification of key segments includes gathering existing data on the target audience from internal sources (e.g., customer databases, website analytics) and external sources (e.g., market research reports, social media insights). Under this activity, the successful bidder will:

1. Specify key performance indicators (KPIs) such as impressions, engagement rates, conversion rates, and follower growth to measure the success of the campaign.

Proposed level of effort: 1 days

Activity 3. Development strategies to reach and engage the target audience effectively through paid promotion channels and campaign launch

Another key responsibility will be to identifying audience segments with the highest potential for engagement and conversion. To do so, the successful bidder will:

1. Allocate the budget effectively between different types of ads (e.g., carousel ads, single image or video ads, collection ads, dynamic ads) to achieve the desired outcomes.
2. Design visually appealing and engaging creatives tailored for Meta platforms (Facebook and Instagram), including various ad formats such as carousel ads, single image or video ads, collection ads, and dynamic ads.
3. Ensure consistency in branding and messaging across all creatives to maintain brand identity and enhance recognition.
4. Coordinate and execute the campaign across Meta platforms and ensure timely deployment of ads and promotional materials

Proposed level of effort: 10 days

Activity 4. Optimization of campaign performance by continuously refining targeting parameters based on audience insights.

In order to optimize campaign performance, documenting audience insights and recommendations for targeting strategies to be implemented in paid promotion campaigns is also expected. This activity foresees the following set of sub-activities:

1. Establish a system for real-time monitoring of campaign performance across Meta platforms.
2. Regularly analyze key metrics including impressions, click-through rates, conversion rates, and engagement rates.
3. Adjust the campaign strategy as needed to optimize results based on performance data and insights.
4. Conduct A/B testing of different ad creatives, targeting options, and messaging to identify the most effective approaches.
5. Conduct a thorough evaluation of the campaign's overall effectiveness and return on investment (ROI).
6. Generate comprehensive reports at regular intervals to track progress towards campaign goals.
7. Identify successes, challenges, and areas for improvement through data analysis to inform future promotional efforts.

Proposed level of effort: 7 days

4. [Language of the Study](#)

All deliverables must be delivered exclusively in one of the official languages of Bosnia and Herzegovina.

5. Minimum Eligibility and Qualification Criteria

Eligibility and Qualification will be evaluated on Pass/Fail basis.

Subject	Criteria	Document Submission requirement
ELIGIBILITY		
Legal Status	Vendor is a legally registered entity.	Legal registration documents submitted
Company Profile	Bidder information.	Company Profile, which should not exceed 5 (5) pages, including printed brochures and product catalogues relevant to the goods/services being procured
QUALIFICATION		
Previous Experience	Minimum 3 contracts of similar nature and complexity implemented over the last 5 years.	Contracts /client statements on satisfactory performance/other relevant documents confirming satisfactory delivery of results submitted
Financial Standing	Bidder must demonstrate the current soundness of its financial standing.	Income statement and balance sheet for the year 2022 and 2023 and/or other relevant documents demonstrating current soundness of financial standing

6. Deliverables and Payment Schedule

The GAIA project expects the assignment to be fully completed by the end of May 2024, in line with the schedule below:

Assignment output	Deliverables	Payment %	Indicative Deadline	Condition for Payment
Task 1: Development of a comprehensive market analysis strategy of the target audience, including demographics, psychographics, behaviors, and preferences.	<ul style="list-style-type: none"> A comprehensive market analysis strategy of the target audience, including demographics, psychographics, behaviors, and preferences developed and campaign objectives and target audience segments approved by the project. 	10%	May 2024	Within thirty (30) days from the date of meeting the following conditions: a) Client's written acceptance (i.e., not mere receipt) of the quality of the outputs; and b) Receipt of invoice from the Service Provider
Task 2: Identification of key segments within the target audience for tailored messaging and targeting	<ul style="list-style-type: none"> Key segments within the target audience for tailored messaging and targeting identified and KPIs and budget distribution plan finalized. 	5%	May 2024	
Task 3: Development strategies to reach and engage the target audience effectively through paid promotion channels and campaign launch	<ul style="list-style-type: none"> Strategies to reach and engage the target audience effectively through paid promotion channels developed and campaign across Meta platforms launched. Visually appealing and engaging creatives tailored for Meta platforms designed. 	50%	May 2024	
Task 4: Optimization of campaign performance by continuously refining targeting parameters based on audience insights.	<ul style="list-style-type: none"> Real-time monitoring of campaign performance established and A/B testing of different ad creatives, targeting options, and messaging conducted. A thorough evaluation of the campaign's overall effectiveness and return on investment conducted, including METRIC analysis, successes, challenges, and recommendations for future campaigns and reported submitted for approval. 	35%	May 2024	



Implemented by



7. Submission Deadline

All interested candidates are to submit their bids to this call with all supporting documents from **Wednesday, April 17, 2024, to Thursday, April 25, 2024, 23:59 PM**. All bids are to be submitted electronically to the following email address: *info@ssst.edu.ba*, with the subject note: *Development of Market Strategy for Sustainable Fashion, no. 15/24– Call for Bid Submission*.



Financial Proposal Form – 15/24

Name of Bidder:	[Insert Name of Bidder]	Date:	Select date
-----------------	-------------------------	-------	-------------

The Bidder is required to prepare the Financial Proposal following the below format and submit with the Technical. Any Financial information provided in the Technical Proposal shall lead to Bidder's disqualification.

The Financial Proposal should align with the requirements in the Terms of Reference and the Bidder's Technical Proposal.

Currency of the proposal: [Insert Currency]

Table 1: Summary of Overall Prices

	Amount(s)
Professional Fees (from Table 2)	
Other Costs (from Table 3)	
Total Amount of Financial Proposal	

Table 2: Breakdown of Professional Fees

Name	Position	Fee Rate	No. of Days/months/ hours	Total Amount
		<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C=A+B</i>
In-Country				
Home Based				
Subtotal Professional Fees:				

Table 3: Breakdown of Other Costs

Description	UOM	Quantity	Unit Price	Total Amount
International flights	Trip			
Subsistence allowance	Day			
Miscellaneous travel expenses	Trip			
Local transportation costs	Lump Sum			



Out-of-Pocket Expenses				
Other Costs: (please specify)				
Subtotal Other Costs:				

Table 4: Breakdown of Price per Deliverable/Activity

Deliverable/ Activity description	Time (person days)	Professional Fees	Other Costs	Total
Deliverable 1				
Deliverable 2				
Deliverable 3				
.....				

Signature of authorized person:
Stamp



JAVNI POZIV BR. 15/24

Razvoj marketinške strategije za održivu modu

1. Pozadina

Nedavna zelena transformacija u Bosni i Hercegovini, iako monumentalni izazov, predstavlja i gotovo jedinstvenu priliku za kulturni pomak prema ekonomiji izgrađenoj na fundamentalno drugačijim principima. S obzirom na to da su Zapadni Balkan jedno od područja u Europi najviše pogođenih klimatskim promjenama, postoji još veći društveni i ekonomski poticaj za ubrzanje tempa industrijske i društvene transformacije.

Međutim - uz to što i potrošači i proizvođači priznaju potrebu za većom odgovornošću i uzdržanošću - uspjeh nadolazeće transformacije uglavnom će ovisiti o implementaciji inovacija kao ključnog omogućitelja ovog procesa; to je eksplicitno navedeno u Smjernicama za Implementaciju Zelene Agende za Zapadni Balkan.

Ekonomija Bosne i Hercegovine i dalje zaostaje za europskim prosjekom s tradicionalnom industrijom koja pretežno izvozi proizvode niske tehnologije s ograničenom dodanom vrijednošću i velikim potrošačkim otiskom. To sugerira da je implementacija efikasnih inovativnih mjera ključna i da je potrebno daljnje uključivanje kako bi se nastavile aktivnosti istraživanja i inovacija prema poslovnom sektoru. Pomak prema ekonomiji koja je zelenija i vođena inovacijama predviđa ključnu ulogu za mala i srednja preduzeća; širom svijeta, ona doprinose oko 60% industrijskih emisija ugljika i 70% svih zagađenja. Međutim, ovaj pomak ka odgovornijim i održivijim industrijskim praksama za Bosnu i Hercegovinu zahtijeva da preduzeća prihvate inovativne i efikasne metode proizvodnje, pri čemu digitalizacija igra ključnu ulogu. To, ipak, zahtijeva da se nove resurse stave na raspolaganje uspostavljenim preduzećima - kao i novim preduzetnicima - kako bi im omogućili internalizaciju novih znanja, implementaciju nove tehnologije i iskorištavanje finansijskih mogućnosti dostupnih kroz postojeće i buduće finansijske instrumente EU.



Ohrabrujuće je što je zelena transformacija ključno razmatranje u osnovnim strategijama i politikama javnog sektora, kako u zemlji, tako i od strane donatorske zajednice. To uključuje Ekonomski i Investicijski Plan EU-a za Zapadni Balkan, Zelena Agenda Zapadnog Balkana, Digitalna Strategija EU-a, S3 Okvir (Strategija Pametne Specijalizacije) i, ključno, Ciljevi Održivog Razvoja UN-a. Na domaćem nivou, svi ključni nacionalni i subnacionalni dokumenti spominju zelenu tranziciju i potrebu za odustajanjem od operacija tradicionalne industrije koje troše resurse. To uključuje Ekonomski Reformski Program BiH, strategije razvoja entiteta, kao i sektorske smjernice na nacionalnom, entitetskom i kantonalnom nivou. Međutim, trenutno postoji malo intervencija koje prevode navedene strateške obaveze u praktičnu akciju. Imajući to na umu, SSST se udružio sa Federalnom Privrednom Komorom, Univerzitetom u Novom Sadu, Srbija, i Parkom Inovacija i Tehnologije "Tehnopolis", Crna Gora, kako bi stvorio platformu koja će omogućiti preduzećima i preduzetnicima vođenje kroz proces zelene transformacije, koristeći inovativna digitalna rješenja kako bi im pomogli da preoblikuju svoje poslovne modele i uvedu nove tehnologije usmjerene na smanjenje ekološkog otiska industrije. Aktivnost, nazvana Green Agenda Innovation Accelerator (GAIA), zajednički je finansirana od strane Europske Unije i Federalnog Ministarstva za Ekonomsku Saradnju i Razvoj Savezne Republike Njemačke (BMZ).

2. Cilj

Kroz transformativni pilotni podkomponent, GAIA projekt saraduje s prethodno odabranim korporativnim partnerima iz sektora građevinarstva, tekstila i prerade drva, poput BAZERDŽAN koncept prodavnice. Pilotne kompanije, izvučene iz redova partnerskih industrija, odabrane su zbog njihovog potencijalno transformirajućeg utjecaja na podizanje svijesti, kao i njihove demonstrirane predanosti održivosti u operacijama i spremnosti da internaliziraju nove tehnologije.

Kako je efikasno ciljanje pravog auditorijuma ključno za uspjeh kampanja plaćene promocije, svrha ovog zadatka je strategijsko korištenje plaćenih promocijskih metoda radi povećanja vidljivosti, angažmana i konverzija za održivu modu.

U skladu s zahtjevima zadatka za razvoj marketinške strategije za održivu modu, slijedeći podsjetnik na ciljeve je stvoren:

Razvoj sveobuhvatne kampanje promocije s ciljem povećanja vidljivosti i prodaje, poboljšanja svijesti o brendu i privlačenja novih pratitelja na Meta platformama (Facebook i Instagram) kroz sljedeće:



Razvoj sveobuhvatne strategije analize tržišta ciljnog auditorijuma, uključujući demografiju, psihografiju, ponašanje i preferencije.

Identifikacija ključnih segmenata unutar ciljnog auditorijuma za prilagođene poruke i ciljanje.

Razvoj strategija za doseganje i angažovanje ciljnog auditorijuma efikasno putem plaćenih kanala promocije i lansiranje kampanje.

Optimizacija performansi kampanje kontinuiranim usavršavanjem ciljanja parametara na temelju uvida u auditorij.

3. Opseg rada

Pod cjelokupnim nadzorom GAIA tima, i u saradnji s partnerima, pružalac usluga će biti odgovoran za implementaciju sljedećih aktivnosti:

Aktivnost 1. Razvoj sveobuhvatne strategije analize tržišta ciljnog auditorijuma, uključujući demografiju, psihografiju, ponašanje i preferencije.

Uspješni ponuđač bit će odgovoran za korištenje alata i tehnika analitike podataka kako bi analizirao demografske karakteristike, interese, online ponašanje i angažovanje u prošlim marketinškim naporima publike. Da bi to postigao, očekuje se da ponuđač:

Opiše osnovne ciljeve i ciljeve kampanje, usredotočujući se na povećanje vidljivosti, prodaje, poboljšanja svijesti o brendu i privlačenja novih pratitelja na Meta platformama.

Definirati segmente ciljnog auditorijuma na osnovu demografije, interesa i online ponašanja kako bi efikasno dosegli potencijalne kupce.

Značajan dio ovog poduhvata uključuje Korištenje Meta Ads Managera. Kampanje plaćene promocije uglavnom će koristiti Meta Ads Manager (ranije Facebook Ads Manager) kao ključnu reklamnu platformu. Opseg koji se odnosi na korištenje ovih platformi uključuje:

1. Postavljanje reklamnih računa i povezanih resursa (npr. praćenje konverzije) na Meta Ads Manageru.
2. Razvijanje i implementacija strategija ciljanja na osnovu uvida u publiku prikupljene tokom faze analize.
3. Kreiranje reklamnih kreativna (tekst, slike i videozapisi) prilagođenih specifikacijama i najboljim praksama svake platforme.
4. Upravljanje budžetima kampanje, ponudama i rasporedima kako bi se optimizirale performanse i maksimizirao ROI.
5. Praćenje metrika performansi kampanje
6. Iterativno optimiziranje kampanja na osnovu podataka i uvida iz testiranja A/B.



7. Redovno dostavljanje izvještaja o performansama i preporuka za prilagodbe kampanje kako bi se s vremenom poboljšali rezultati.

Predloženi nivo napora: 2 dana

Aktivnost 2. Identifikacija ključnih segmenata unutar ciljnog auditorijuma za prilagođene poruke i ciljanje.

Identifikacija ključnih segmenata uključuje prikupljanje postojećih podataka o ciljnoj publici iz internih izvora (npr. baze podataka kupaca, analitike web stranica) i eksternih izvora (npr. izvještaji o istraživanju tržišta, uvidi sa društvenih mreža). Pod ovom aktivnošću, uspješni ponuđač će:

1. Specificirati ključne indikatore uspjeha (KPI) poput prikaza, stope angažovanja, stope konverzije i rasta pratitelja kako bi mjerili uspjeh kampanje.

Predloženi nivo napora: 1 dan

Aktivnost 3. Razvoj strategija za doseganje i angažovanje ciljnog auditorijuma efikasno putem plaćenih kanala promocije i lansiranje kampanje

Još jedna ključna odgovornost bit će identificiranje segmenata publike s najvećim potencijalom za angažovanje i konverziju. Da bi to postigli, uspješni ponuđač će:

1. Efikasno rasporediti budžet između različitih vrsta oglasa (npr. oglasi u katalogu, jednostavni oglasi s slikama ili videozapisima, oglasi kolekcija, dinamični oglasi) kako bi postigli željene rezultate.
2. Dizajnirati vizualno privlačne i angažovane kreativne radove prilagođene za Meta platforme (Facebook i Instagram), uključujući različite formate oglasa poput oglasa u katalogu, jednostavnih oglasa s slikama ili videozapisima, oglasa kolekcija i dinamičnih oglasa.
3. Osigurati dosljednost u brendiranju i porukama na svim kreativnim radovima kako bi se održao identitet brenda i poboljšalo prepoznavanje.
4. Koordinirati i izvršiti kampanju na Meta platformama i osigurati pravovremeno implementiranje oglasa i promotivnih materijala

Predloženi nivo napora: 10 dana

Aktivnost 4. Optimizacija performansi kampanje kontinuiranim usavršavanjem ciljanja parametara na osnovu uvida u publiku.

Kako bi se optimizirale performanse kampanje, očekuje se dokumentiranje uvida u publiku i preporuka za ciljanje strategija koje će se implementirati u plaćenim kampanjama promocije. Ova aktivnost predviđa sljedeći skup pod-aktivnosti:

1. Uspostava sistema za praćenje performansi kampanje u realnom vremenu na Meta platformama.
2. Redovna analiza ključnih metrika uključujući prikaze, stope klikova, stope konverzije i stope angažovanja.
3. Prilagođavanje strategije kampanje po potrebi radi optimizacije rezultata na osnovu podataka i uvida u performanse.



Co-funded by
the European Union



german
cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implemented by

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

4. Provoditi A/B testiranje različitih kreativnih radova oglasa, opcija ciljanja i poruka kako bi se identificirali najefikasniji pristupi.
5. Provoditi temeljitu evaluaciju ukupne efikasnosti kampanje i povratka na investiciju (ROI).
6. Generirati sveobuhvatne izvještaje u redovnim intervalima kako bi se pratili napredak prema ciljevima kampanje.
7. Identificirati uspjehe, izazove i područja za poboljšanje kroz analizu podataka kako bi se informirali budući promotivni napori.

Predloženi nivo napora: 7 dana

4. Jezik

Svi zadaci moraju biti isporučeni isključivo na jednom od službenih jezika Bosne i Hercegovine.



5. Minimalni kriteriji za ispunjavanje uslova kvalifikacije

Ispunjavanje uslova i kvalifikacija će se ocjenjivati na osnovu prolaska/neuspjeha.

Tema	Kriterij	Potrebni dokumenti
Prihvatljivost		
Pravni Status	Dobavljač je pravno registrovani entitet.	Dostavljeni dokumenti o registraciji
Profil kompanije	Podaci o ponuđaču.	Profil kompanije, koji ne smije biti duži od 5 (5) stranica, uključujući štampane brošure i kataloge proizvoda koji su relevantni za robu/usluge koje se nabavljaju
Kvalifikacija		
Prethodno iskustvo	Minimalno 3 ugovora slične prirode i kompleksnosti, implementirana u posljednjih 5 godine.	Dostavljeni su ugovori /izjave klijenta o zadovoljavajućem radu/drugi relevantni dokumenti koji potvrđuju zadovoljavajuću isporuku
Finansijsko stanje	Ponuđač mora dokazati trenutnu ispravnost svog finansijskog stanja.	Bilans uspjeha i bilans stanja za godinu 2022. i 2023. i/ili drugi relevantni dokumenti koji pokazuju trenutnu solidnost finansijskog stanja

6. Isporuke i raspored plaćanja

Projekat očekuje da će zadatak biti u potpunosti završen do kraja maja, 2024. godine, u skladu sa rasporedom u nastavku:

Rezultat zadatka	Isporuke/uslov plaćanja	Plaćanje %	Okvirni rok	Uslovi za plaćanje
Zadatak 1: Razvoj sveobuhvatne strategije analize tržišta ciljnog auditorijuma, uključujući demografiju, psihografiju, ponašanje i preferencije.	<ul style="list-style-type: none"> Razvijena sveobuhvatna strategija analize tržišta ciljnog auditorijuma, uključujući demografiju, psihografiju, ponašanje i preferencije, odobrena je od strane projekta, kao i ciljevi kampanje i segmenti ciljnog auditorijuma. 	10%	Maj 2024	U roku od trideset (30) dana od dana ispunjavanja sljedećih uslova: a) Pismeno prihvatanje (tj. ne samo prijem) kvaliteta rezultata od strane Klijenta; i b) Prijem fakture od Pružaoca usluga.
Zadatak 2: Identifikacija ključnih segmenata unutar ciljnog auditorijuma za prilagođene poruke i ciljanje	<ul style="list-style-type: none"> Identificirani ključni segmenti unutar ciljnog auditorijuma za prilagođene poruke i ciljanje, te su KPI-ji i plan raspodjele budžeta finalizirani. 	5%	Maj 2024	
Zadatak 3: Razvoj strategija za doseganje i angažovanje ciljnog auditorijuma efikasno putem plaćenih kanala promocije i lansiranje kampanje	<ul style="list-style-type: none"> Razvijene su strategije za efikasno doseganje i angažovanje ciljnog auditorijuma putem plaćenih kanala promocije, te je kampanja pokrenuta na Meta platformama. Dizajnirani su vizualno privlačni i angažovani kreativni radovi prilagođeni za Meta platforme. 	50%	Maj 2024	
Zadatak 4: Optimizacija performansi kampanje kontinuiranim usavršavanjem ciljanja parametara na osnovu uvida u publiku.	<ul style="list-style-type: none"> Uspostavljen je sistem za praćenje performansi kampanje u realnom vremenu, a provedeno je A/B testiranje različitih kreativnih radova oglasa, opcija ciljanja i poruka. Obavljena je temeljita evaluacija ukupne efikasnosti kampanje i povratka na investiciju, uključujući METRIC analizu, uspjehe, izazove i preporuke za buduće kampanje, te su izvještaji dostavljeni na odobrenje. 	35%	Maj 2024	



Implemented by



7. Rok za podnošenje ponuda

Svi zainteresovani kandidati trebaju dostaviti svoje ponude sa svim pratećim dokumentima od **srijede, 17. aprila 2024. godine do četvrtka, 25. aprila 2024. godine, 23:59**. Sve ponude se dostavljaju elektronskim putem na sljedeću e-mail adresu: *info@ssst.edu.ba*, sa naznakom predmeta: *15/24-Razvoj marketinške strategije za održivu modu*.



Obrazac finansijskog prijedloga – 15/24

NAZIV PONUĐAČA:	Datum:
-----------------	--------

Ponuđač je dužan pripremiti finansijsku ponudu u formatu navedenom u nastavku i dostaviti je zajedno s ostalim traženim dokumentima.

Valuta ponude: (navesti valutu)

Tablica 1: Sažetak ukupnih cijena

	Iznos(i)
Stručne naknade (iz tablice 2.)	
Ostali troškovi (iz tablice 3)	
Ukupni iznos finansijske ponude	

Tablica 2: Iznosi profesionalnih naknada

Naziv	Pozicija	Stopa naknade	Br. dana/mjeseci/ sati	Ukupni iznos
		A	B	C=A-B;
U zemlji				
Ukupan iznos profesionalnih naknada:				

Tablica 3: Iznosi ostalih troškova

Opis	UOM	Količina	Jedinična cijena	Ukupni iznos
Međunarodni letovi	Putovanje			
Terenski dodatak	Dan			
Drugi putni troškovi	Putovanje			
Troškovi lokalnog prijevoza	Okvirni iznos			
Gotovinski izdaci				
Ostali troškovi: (navesti)				
Total ostalih troškova:				



Tablica 4: Iznosi cijene po predmetu isporuke/aktivnosti

Rezultat Opis aktivnosti	Vrijeme osoba/dani	Profesionalne naknade	Ostali troškovi	Ukupno
Rezultat 1				
Rezultat 2				
Rezultat 3				
.....				

Potpis ovlaštene osobe:

Pečat: