



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ
ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ
Δ/ση Προγραμματισμού & Ανάπτυξης
Τμήμα Τουρισμού

ΑΡ. ΜΕΛΕΤΗΣ: 2/2020

ΜΕΛΕΤΗ

ΥΠΗΡΕΣΙΑ

Διαχείριση λογαριασμών social media Δήμου

CPV: 79340000-9

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ : 11/05/2020

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: Χ. Μητράκος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ
2. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
3. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
4. ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ
ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ
Δ/ΝΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ
& ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**ΥΠΗΡΕΣΙΑ : Διαχείριση λογαριασμών
social media Δήμου**

CPV: 79340000-9

Αρ. Μελέτης : 2/2020

ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

Η παρούσα υπηρεσία αφορά στην διαχείριση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) του Δήμου Σπάρτης ως τουριστικού προορισμού, μέσω του σχεδιασμού και της υλοποίησης ολοκληρωμένου πλάνου προβολής που περιλαμβάνει την ανάπτυξη του περιεχομένου και των εργαλείων επικοινωνίας καθώς και στοχευμένες ενέργειες ψηφιακής προώθησης του προορισμού.

Η προβολή του Δήμου Σπάρτης ως τουριστικού προορισμού σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media), είναι απαραίτητη για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών και προβλέπεται στο ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής του Δήμου για το 2020 το οποίο εγκρίθηκε με την αρ. 13/2020 απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου και για το οποίο ο ΕΟΤ παρείχε τη σύμφωνη γνώμη του με το 1197/17-2-2020 έγγραφό του.

Η υπηρεσία θα διενεργηθεί με τη διαδικασία της απευθείας ανάθεσης σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 4412/2016 (ΦΕΚ 147/τ.Α'/08.08.2016): «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)».

Η ανάθεση της υπηρεσίας θα γίνει με κριτήριο τη χαμηλότερη τιμή.

Ο χρόνος παροχής της υπηρεσίας είναι έξι (6) μήνες από την υπογραφή της σύμβασης.

Ο προϋπολογισμός της δαπάνης ανέρχεται σε 5.000,00€ συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α 24% και έχει ενταχθεί στον προϋπολογισμό του οικονομικού έτους 2020 του Δήμου Σπάρτης **στον Κ.Α 00-6431.009** με τίτλο **«Διαχείριση λογαριασμών social media Δήμου»** .

Σπάρτη 11 / 05 /2020
Ο συντάξας

Χρήστος Μητράκος

ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ
Σπάρτη 11 / 05 /2020
Η Προϊσταμένη Δ/σης
Προγραμματισμού & Ανάπτυξης

Βιργινία Κοντογεωργάκου



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ
ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ
Δ/ΝΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ
& ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΥΠΗΡΕΣΙΑ : Διαχείριση λογαριασμών
social media Δήμου

CPV: 79340000-9

Αρ. Μελέτης : 2/2020

Τ Ε Χ Ν Ι Κ Ε Σ Π Ρ Ο Δ Ι Α Γ Ρ Α Φ Ε Σ

1. Γενικά

Στα πλαίσια υλοποίησης της υπηρεσίας διαχείρισης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) του Δήμου Σπάρτης ως τουριστικού προορισμού, περιλαμβάνονται ενέργειες ως προς την ανάλυση των αγορών στόχευσης και των ομάδων ενδιαφέροντος, τον εικαστικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη περιεχομένου για τα Social Media τουριστικού ενδιαφέροντος του Δήμου Σπάρτης και πιο συγκεκριμένα για:

1. Facebook
2. Twitter
3. YouTube
4. Pinterest
5. Instagram

2. Ανάπτυξη Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών

Η παρουσία του Δήμου Σπάρτης ως τουριστικού προορισμού στα Social Media απαιτεί σχεδιασμό και χρήση των κατάλληλων εργαλείων ώστε να ενσωματώσει με τον καλύτερο τρόπο τα στοιχεία και τις προτεραιότητες της τουριστικής προβολής του, καθώς επίσης και για να εκπληρώσει τους στόχους επικοινωνίας που έχουν τεθεί.

Το σχέδιο επικοινωνίας που θα πρέπει να αναπτύξει ο ανάδοχος θα περιλαμβάνει ενδεικτικά τις παρακάτω ενότητες:

- **Ομάδες - Στόχοι επικοινωνίας (Target Groups):** Προτεινόμενες ομάδες – στόχοι στις οποίες θα κατευθύνονται οι ενέργειες επικοινωνίας (ανά γεωγραφική προέλευση, ηλικία, ενδιαφέροντα κ.α).
- **Στρατηγική Περιεχομένου (Content Strategy):** Προτεινόμενοι άξονες του περιεχομένου το οποίο θα προβάλλεται μέσω των Social Media με στόχο την καλύτερη προβολή της περιοχής και εξυπηρέτηση των στόχων επικοινωνίας που έχουν τεθεί. (Ενδεικτικά :κεντρικό μήνυμα, επιμέρους θεματικά μηνύματα, δημιουργία hastags, δημιουργική απεικόνιση του concept με σχεδιασμό εικαστικών, συγγραφή ιστοριών θεματικών εμπειριών-creative story telling κ.α)
- **Ύφος και προσέγγιση του τρόπου επικοινωνίας (Communication Tonality):** Το ύφος με το οποίο θα επικοινωνηθεί το περιεχόμενο προς τις αγορές – στόχους (π.χ μοντέρνο, συντηρητικό, νεανικό, διασκεδαστικό κλπ),ώστε ανάλογα με το κοινό στόχο να προκαλέσει τα ανάλογα συναισθήματα ή να παράγει αντίληψη για τον προορισμό.
- **Κανάλια επικοινωνίας (Communication Channels):** Σε ποια Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης θα επικοινωνηθεί το περιεχόμενο.
- **Προτεινόμενες προωθητικές ενέργειες (Promotional actions):** Περιγραφή των προτεινόμενων προωθητικών ενεργειών για κάθε κανάλι επικοινωνίας (π.χ δημοσιεύσεις περιεχομένου, διαγωνισμοί, διαφημιστικές καταχωρήσεις κλπ)

- **Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης σχεδίου επικοινωνίας (Action Plan Timetable):** Προτεινόμενο μηνιαίο χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των προωθητικών ενεργειών.
- **Στοχοθεσία (Targeting):** Προτεινόμενοι στόχοι βελτίωσης ποσοτικής και ποιοτικής παρουσίας στα κοινωνικά δίκτυα (π.χ ποσοστιαία αύξηση fans, followers, subscribers engagement rate κ.α)

Το σχέδιο επικοινωνίας και προωθητικών ενεργειών θα πρέπει να πληροί τις προϋποθέσεις του άρθρου 46 του Νόμου 4276/2014, της με αριθμ. της απόφασης 16536/28-12-2018 (ΑΔΑ: 6ΙΓΧ469ΗΙΖ-1ΡΥ) απόφασης του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ. με την οποία εγκρίνεται η ταυτάριατος εγκύκλιος του Υπουργείου Τουρισμού. Σε διαφορετική περίπτωση και εφόσον προκύψει ανάγκη τροποποιήσεων, ώστε το παραδοτέο σχέδιο επικοινωνίας και προωθητικών ενεργειών να τηρεί τις προβλεπόμενες προδιαγραφές που αναφέρονται στο νομικό πλαίσιο, αυτές θα πρέπει να πραγματοποιηθούν από τον Ανάδοχο χωρίς επιπλέον δικαίωμα αμοιβής και μέσα σε συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα που θα οριστεί από την Αναθέτουσα Αρχή.

3. Υλοποίηση Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών.

Κατόπιν του σχεδιασμού ο ανάδοχος θα αναλάβει και την υλοποίηση του σχεδίου επικοινωνίας και προωθητικών ενεργειών που προτείνονται σε αυτό. Στόχος είναι η αποτελεσματική προώθηση της παρουσίας του Δήμου Σπάρτης στα κοινωνικά δίκτυα με επιθυμητό αποτέλεσμα την ποιοτική και ποσοτική βελτίωση της.

Ενδεικτικά το έργο θα περιλαμβάνει:

- Facebook:** Διαχείριση υφιστάμενου λογαριασμού (visitsparta), ανάρτηση cover photo και profile image, ανάρτηση κειμένου about, επιλογή, επεξεργασία και ανάρτηση φωτογραφιών, ανάρτηση κειμένου House Rules στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα, απάντηση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 12 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα, δημιουργία μηνιαίου ημερολογίου περιεχομένου, τέσσερις (4) κατ' ελάχιστον δημοσιεύσεις ανά εβδομάδα στην ελληνική ή αγγλική γλώσσα, και repost σχετικών αναρτήσεων από άλλους λογαριασμούς ή ιστοσελίδες (έως 2 ανά εβδομάδα), follow, mention, likes σε άλλες σελίδες, εφαρμογή εικαστικών ανάλογα με τις ενέργειες προώθησης που λαμβάνουν χώρα κάθε περίοδο. Ο ανάδοχος επίσης θα υλοποιεί ένα (1) διαγωνισμό κάθε δύο (2) μήνες με στόχο την ενίσχυση του αριθμού των μελών στη σελίδα του Δήμου και της διάδρασης τους με αυτή. Οι διαγωνισμοί θα καλούν τους χρήστες να διαδράσουν σε μία ανάρτηση ή να δημιουργήσουν και να αναρτήσουν πρωτότυπο περιεχόμενο. Ο ανάδοχος αναλαμβάνει την παρακολούθηση συμμετοχών, την επικοινωνία με νικητές, διαδικαστικά θέματα, το σχεδιασμό και ανάπτυξη των απαραίτητων εικαστικών και εφαρμογών. Τα έπαθλα του διαγωνισμού θα παρέχονται από το Δήμο Σπάρτης. Μια τουλάχιστον πληρωμένη διαφημιστική καταχώρηση (ανά 2 μήνες) διάρκειας τουλάχιστον 5 ημερών με στόχο την αύξηση της κοινότητας φίλων (LikeAds)
- Twitter:** Διαχείριση υφιστάμενου λογαριασμού (visitsparta), ανάρτηση header photo και profile photo, διαμόρφωση theme, ανάρτηση κειμένου About, επιλογή, επεξεργασία και ανάρτηση ενδεικτικών φωτογραφιών, επιλογή hashtags, mapping συναφών λογαριασμών και παρακολούθηση τους. Δημιουργία μηνιαίου ημερολογίου περιεχομένου, τέσσερις (4) κατ' ελάχιστον δημοσιεύσεις ανά εβδομάδα στην ελληνική ή αγγλική γλώσσα, follow / mention σε άλλες σελίδες, επιλογή και repost σχετικών αναρτήσεων από άλλους λογαριασμούς ή ιστοσελίδες (έως 2 ανά

εβδομάδα), απάντηση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 12 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα,.

- iii. **Instagram:** Διαχείριση υφιστάμενου λογαριασμού (visitsparta), ανάρτηση profile photo, ανάρτηση κειμένου About, επιλογή, επεξεργασία και ανάρτηση φωτογραφιών, επιλογή hashtags, mapping συναφών λογαριασμών και παρακολούθηση τους. Δημιουργία μηνιαίου ημερολογίου περιεχομένου, τουλάχιστον τέσσερις (4) δημοσιεύσεις την εβδομάδα στην ελληνική ή αγγλική γλώσσα, follow / mention / likes σε άλλες σελίδες, επιλογή κατάλληλων hashtags ανά ανάρτηση για μεγιστοποίηση του επικοινωνιακού αποτελέσματος, επιλογή και repost σχετικών αναρτήσεων από άλλους λογαριασμούς (έως 2 ανά εβδομάδα), απάντηση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 12 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα, Ο ανάδοχος επίσης θα υλοποιεί ένα (1) διαγωνισμό κάθε δύο (2) μήνες με στόχο την ενίσχυση του αριθμού των μελών στη σελίδα του Δήμου και της διάδρασής τους με αυτή. Οι διαγωνισμοί θα καλούν τους χρήστες να διαδράσουν σε μία ανάρτηση ή να δημιουργήσουν και να αναρτήσουν πρωτότυπο περιεχόμενο. Ο ανάδοχος αναλαμβάνει την παρακολούθηση συμμετοχών, την επικοινωνία με νικητές, διαδικαστικά θέματα, το σχεδιασμό και ανάπτυξη των απαραίτητων εικαστικών και εφαρμογών. Τα έπαθλα του διαγωνισμού θα παρέχονται από το Δήμο Σπάρτης. Μια τουλάχιστον πληρωμένη διαφημιστική καταχώρηση (ανά 2 μήνες) διάρκειας τουλάχιστον 5 ημερών με στόχο την αύξηση της κοινότητας φίλων (LikeAds)
- iv. **Youtube:** Διαχείριση υφιστάμενου λογαριασμού (visitsparta), ανάρτηση channelart σε όλες τις διαστάσεις, ανάρτηση κειμένου about στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα, ανάρτηση videos που θα παραχθούν από τον ανάδοχο ή έχουν παραχθεί από το Δήμο Σπάρτης ή άλλους φορείς, δημιουργία playlists, σύνδεση του λογαριασμού με άλλα social media, απάντηση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 12 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα.
- v. **Pinterest:** Δημιουργία νέου λογαριασμού & διαμόρφωση εικαστικής εμφάνισης, διαχείριση λογαριασμού, ενημέρωση με χρησιμοποιούμενη γλώσσα τα αγγλικά, προώθηση μέσω μεταφόρτωσης ψηφιακού πολυμεσικού υλικού, ταξινόμηση και οργάνωση του υλικού βάσει προορισμών, θεματικών εμπειριών, σε κατ' ελάχιστον 10 διαφορετικές συλλογές, απάντηση σχολίων επισκεπτών εντός 3 ωρών τις εργάσιμες ημέρες και ώρες και εντός 12 ωρών σε αργίες και σαββατοκύριακα, πρωτεύοντα Pins: Κατ'ελάχιστον 10 πρωτότυπα pins/μήνα.

4. Παραδοτέα

Ο ανάδοχος θα πρέπει εντός ενός (1) μήνα από την υπογραφή της σύμβασης παροχής της υπηρεσίας να υποβάλλει προς την αναθέτουσα αρχή **Σχέδιο Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών**, σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται στην παρ.2 των τεχνικών προδιαγραφών της παρούσας μελέτης. Το υποβληθέν Σχέδιο Επικοινωνίας θα αποσταλεί στον Ε.Ο.Τ για την παροχή σύμφωνης γνώμης, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στην 16536/28-12-2018 εγκύκλιο του Υπουργείου Τουρισμού. Κατόπιν της παροχής της σύμφωνης γνώμης από τον Ε.Ο.Τ θα αρχίσει η υλοποίηση του σχεδίου επικοινωνίας και προωθητικών ενεργειών σύμφωνα με τα αναφερόμενα στην παρ. 3 των τεχνικών προδιαγραφών της παρούσας μελέτης. Σε διαφορετική περίπτωση και εφόσον προκύψει ανάγκη τροποποιήσεων, ώστε τα παραδοτέα να τηρούν τις προβλεπόμενες προδιαγραφές που αναφέρονται στο νομικό πλαίσιο, αυτές θα πρέπει να πραγματοποιηθούν από τον Ανάδοχο χωρίς επιπλέον δικαίωμα αμοιβής και μέσα σε συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα που θα οριστεί από την Αναθέτουσα Αρχή.

Ο ανάδοχος μετά την υπογραφή της σύμβασης, υποχρεούται να συντάσσει μηνιαίες εκθέσεις ενημέρωσης επί της πορείας υλοποίησης της υπηρεσίας, τις οποίες θα υποβάλλει στην Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής της υπηρεσίας. Συγκεκριμένα, θα υποβάλει μηνιαία έκθεση για την πορεία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter Instagram, Pinterest και YouTube) του Δήμου Σπάρτης (αναλυτικά για κάθε μέσο) η οποία θα περιλαμβάνει:

- Ποσοτικά (sessions, users, fans/followers, subscribers, growth rate, reach, pageviews) και ποιοτικά (average session duration, bounce rate, pages/session,) στατιστικά στοιχεία για κάθε μέσο κοινωνικής δικτύωσης καθώς και γεωγραφικά χαρακτηριστικά επισκεπτών.
- Στατιστικά στοιχεία ποσοστιαίας αύξησης fans, followers, subscribers engagement rate κ.α) για την μέτρηση της επίτευξης των στόχων που έχουν τεθεί.
- Δείκτες αποδοτικότητας διαφημιστικών καταχωρήσεων με στατιστικά στοιχεία όπως growth rate, CPLs, best countries performance.
- Στατιστικά στοιχεία των δημοσιεύσεων σε κάθε μέσο κοινωνικής δικτύωσης:

Μέσο	Μετρήσεις
Facebook	Number of posts, likes, shares, comments, fan reach, organic/paid reach, impressions, post clicks, top posts
Twitter	Number of tweets, top tweets, retweets, favourites, mentions, replies, engagement rate
Instagram	Number of posts, engagement per post, growth of hashtags, top hashtags by interaction
Youtube	Number of posts, views, likes, dislikes
Pinterest	Number of pins, impressions, clicks, top pins, repins, comments, close ups, saves.

Σπάρτη 11 / 05 /2020
Ο συντάξας

Χρήστος Μητράκος

ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ
Σπάρτη 11 / 05 /2020
Η Προϊσταμένη Δ/νσης
Προγραμματισμού & Ανάπτυξης

Βιργινία Κοντογεωργάκου



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ
ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ
Δ/ΝΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ
& ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΥΠΗΡΕΣΙΑ : Διαχείριση λογαριασμών
social media Δήμου

CPV: 79340000-9

Αρ. Μελέτης : 2/2020

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

A/A	Περιγραφή υπηρεσίας	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα	Δαπάνη
1	Διαχείριση λογαριασμών social media Δήμου	κατ' αποκοπή	1	4.032,26
Σύνολο				4.032,26
ΦΠΑ 24%				967,74
Σύνολο δαπάνης				5.000,00

Σπάρτη 11 / 05 /2020
Ο συντάξας

Χρήστος Μητράκος

ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ
Σπάρτη 11 / 05 /2020
Η Προϊσταμένη Δ/σης
Προγραμματισμού & Ανάπτυξης

Βιργινία Κοντογεωργάκου



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ
ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ
Δ/ΝΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ
& ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**ΥΠΗΡΕΣΙΑ : Διαχείριση λογαριασμών
social media του Δήμου**

CPV: 79340000-9

Αρ. Μελέτης : 2/2020

ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ

Άρθρο 1 (Αντικείμενο του έργου)

Η παρούσα υπηρεσία αφορά στην διαχείριση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) του Δήμου Σπάρτης ως τουριστικού προορισμού, μέσω του σχεδιασμού και της υλοποίησης ολοκληρωμένου πλάνου προβολής που περιλαμβάνει την ανάπτυξη του περιεχομένου και των εργαλείων επικοινωνίας καθώς και στοχευμένες ενέργειες ψηφιακής προώθησης του προορισμού.

Άρθρο 2 (Διάρκεια υπηρεσίας)

Ο χρόνος παροχής της υπηρεσίας είναι έξι (6) μήνες από την υπογραφή της σύμβασης.

Άρθρο 3 (Ισχύουσες Διατάξεις)

Η εκτέλεση της υπηρεσίας θα γίνει σύμφωνα με τις διατάξεις: α) Του Ν.4412/16 (ΦΕΚ-147 Α/8-8-16): Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ), β) του Ν.3463/2006 «Νέος Δημοτικός και Κοινοτικός κώδικας» και γ) του Ν.3852/2010 «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης».

Άρθρο 4 (Συμβατικά στοιχεία)

Συμβατικά στοιχεία κατά σειρά ισχύος είναι :

- α. Το συμφωνητικό
- β. Τεχνική έκθεση
- γ. Τεχνικές Προδιαγραφές
- δ. Ενδεικτικός Προϋπολογισμός
- ε. Συγγραφή Υποχρεώσεων

Άρθρο 5 (Τρόπος εκτέλεσης του έργου)

Η εκτέλεση της υπηρεσίας θα γίνει με απευθείας ανάθεση.

Άρθρο 6 (Σύμβαση)

Ο ανάδοχος θα υπογράψει σύμβαση για την υλοποίηση της υπηρεσίας σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.4412/16. Η σύμβαση θα έχει διάρκεια έξι (6) μήνες από την υπογραφή της.

Άρθρο 7 (Τεχνικές ικανότητες- επαγγελματική εμπειρία)

Ο ανάδοχος οφείλει να διαθέτει τις απαραίτητες τεχνικές ικανότητες και την απαραίτητη εμπειρία για την έντεχνη, άμεση και απρόσκοπτη υλοποίηση της σύμβασης στα κατωτέρω θεματικά αντικείμενα:

- **Παροχή υπηρεσιών σε θέματα επικοινωνίας, διαδικτυακού μάρκετινγκ και διαχείρισης κοινωνικών μέσων δικτύωσης (social media)**

Ως τεκμήρια της τεχνικής και επαγγελματικής ικανότητας πρέπει να προσκομισθούν τα ακόλουθα στοιχεία και έγγραφα:

- ο Για τον υποψήφιο ανάδοχο, σύντομο επαγγελματικό προφίλ που να καταδεικνύει την ικανότητα υλοποίησης υπηρεσιών συναφών τεχνικών προδιαγραφών με εκείνες που περιγράφονται ανωτέρω.
- ο Για τον υποψήφιο ανάδοχο, άδεια ή αναγγελία ασκήσεως επαγγέλματος για ατομική επιχείρηση ή θεωρημένο καταστατικό για εταιρεία ή καταχώρηση στη Δ.Ο.Υ, από όπου θα προκύπτει η σχετική με το αντικείμενο της σύμβασης επαγγελματική δραστηριότητα.
- ο Για τον υποψήφιο ανάδοχο, κατάλογος τουλάχιστον **δύο (2) έργων με υπηρεσίες παρόμοιες σε εύρος και φύση με τις ανωτέρω τεχνικές προδιαγραφές, δηλαδή να έχουν καταρτίσει και υλοποιήσει με επιτυχία σχέδιο επικοινωνίας σε social media** και με παράθεση των ημερομηνιών και των επωνυμιών των παραληπτών (του δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα) και με συνημμένα σχετικά αποδεικτικά έγγραφα (είτε συμβάσεις και βεβαιώσεις παραλαβής από τους αρμόδιους δημόσιους φορείς είτε τιμολόγια και συμφωνητικά κατατιθέμενα σε αρμόδιες ΔΟΥ από ιδιωτικούς φορείς).

Άρθρο 8 (Τεχνικές προδιαγραφές)

Όπως περιγράφονται στη μελέτη.

Άρθρο 9: (Παραλαβή εργασιών)

Η βεβαίωση καλής εκτέλεσης των εργασιών θα γίνεται από την αρμόδια επιτροπή του Ν.4412/16.

Άρθρο 10: (Τρόπος Πληρωμής)

Η πληρωμή του αναδόχου θα γίνει τμηματικά σε δύο δόσεις, με την προσκόμιση των απαραίτητων δικαιολογητικών που απαιτούνται κατά το νόμο, ύστερα από σύνταξη βεβαίωσης καλής εκτέλεσης από την αρμόδια επιτροπή παραλαβής.

Άρθρο 11: (Κρατήσεις)

Ο ανάδοχος υπόκειται σε όλες της νόμιμες κρατήσεις που ορίζονται, εκτός του ΦΠΑ με τον οποίο βαρύνεται ο Δήμος.

Άρθρο 12 (Επίλυση διαφορών)

Οι διαφορές που θα εμφανισθούν κατά την εφαρμογή της σύμβασης, επιλύονται σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις.

Σπάρτη 11 / 05 /2020
Ο συντάξας

Χρήστος Μητράκος

ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ
Σπάρτη 11/ 05 /2020
Η Προϊσταμένη Δ/νσης
Προγραμματισμού & Ανάπτυξης

Βιργινία Κοντογεωργάκου