

Projekts Nr.11.1.1.0/15/TP/002

Iespējas, riski un rezultāts sociālo kampanju īstenošanā

NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Reģionālās
attīstības fonds

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

CSDD satiksmes drošības kampaņas

- **Pirmā kampaņa 2001.gadā – «Izglāb draugu!»**
- **17 gados ~ 55 kampaņas u.c. satiksmes drošības pasākumi, eksperimenti**
- **Kampaņu galvenās tēmas:**
 - ✓ pret braukšanu reibumā
 - ✓ par drošības jostu lietošana
 - ✓ par gājēju, velosipēdistu, motobraucēju drošību
 - ✓ pret ātru, agresīvu un neuzmanīgu braukšanu
 - ✓ par pieklājību u.c.



Izglāb draugu! (2001.gads)

[CSDD video](#)



Dzīvības josta (2015.gads)



[CSDD video](#)

Kampanu tēmu izvēle

- Statistika, tās analīze
- Pētījumi un aptaujas
- Ceļu satiksmes drošības programma
- Izmaiņas normatīvajos aktos
- Sabiedrības uzvedība
- Atkārtošana - atgādināšana (Jāņu kampanjas)
- Ārvalstu pieredze



**CSDD sociālo kampanu
gada plāns**



Plānošana

- Ievērot plānu
- Rēķināt LAIKU
- Apzināt riskus



Tēmas izvēle:

- tiešā un fona informācija
- Latvijas un Eiropas pieredze
- tēmai atbilstošākie kampaņas elementi

Piegādātāju izpēte:

- kvalifikācijas prasības
- radošās spējas



Darba uzdevums

Kampaņas nosaukums	
Realizācijas laiks	
Problēmas / fakti	
Mērķis	
Mērķauditorija	
Kampaņas raksturs	
Uzdevumi	
Kampaņas apjoms	



Iepirkuma komisija I

- Specifiska kompetence
- Hobiji/Intereses
- Viedokļu un raksturu dažādība
- Pēctecība, noderīgums



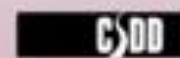
Kompetenta iepirkuma komisija, kas spēj argumentēt un pieņemt atbildīgus lēmumus



Iepirkuma komisija II



par labām attiecībām



ERGO



DELFI

Iepirkuma metodes izvēle

- **vajadzība** (reklāmas kampaņu pakalpojumi, digitālie risinājumi; reklāmas filmu ražošana (2.pielikuma pakalpojumi))
- **summa** (iepirkuma procedūra, 9.panta iepirkums, tiešā līguma piešķiršana)
- **vajadzība + summa = iepirkuma metode**



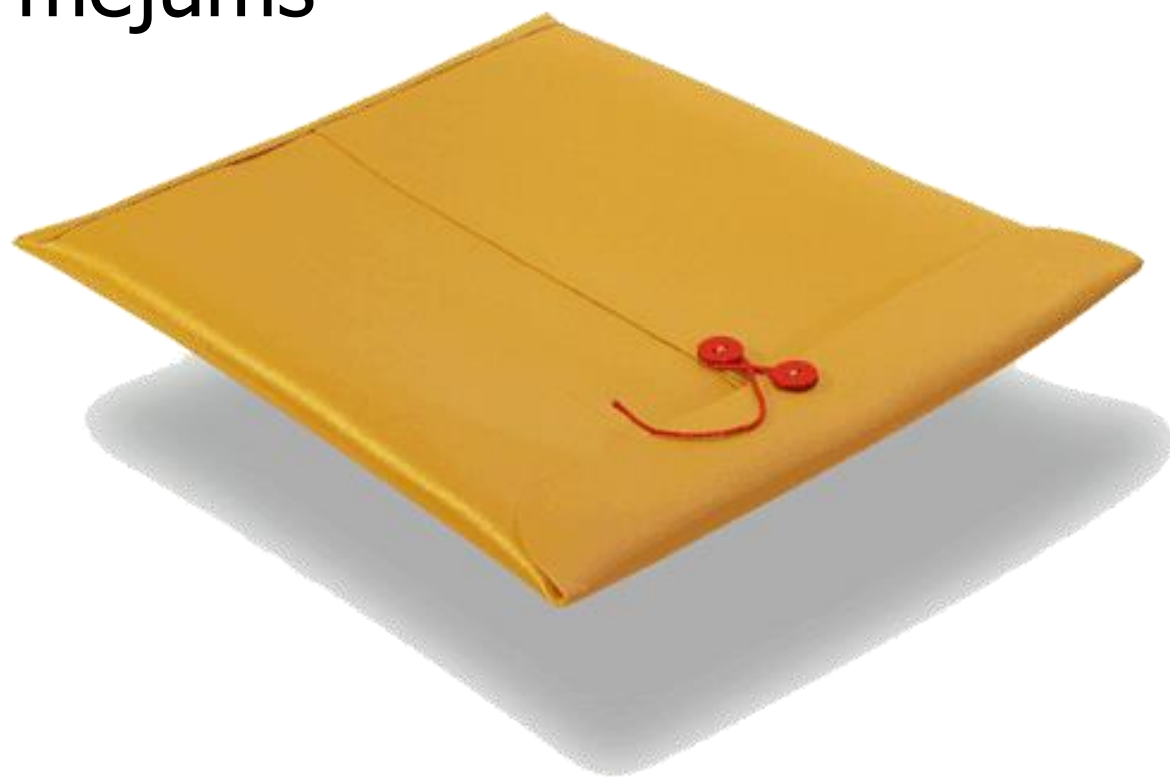
Nolikuma izveide

- Vienkāršs, skaidrs
- Izvērtēt, ko un cik prasām (par maz/daudz, par zemu/augstu)
- Summas griestu noteikšana
- Vai, lasot tekstu, visi to sapratīs vienādi
- Izvirzītās prasības – mērķis



Piedāvājumu iesniegšana

- Saprātīgs piedāvājumu iesniegšanas laiks
- Precīzs nolikums – precīzs piedāvājums
- Pretendentu skaits
- Piedāvājuma noformējums



Sarunas

- Prezentācija / pārliecība par ideju, / aizraušānās ar tēmu / komandas darbs
 - Iekļaušanās atļautajā laikā
 - Ekspertu piesaiste
 - Komisijas jautājumi
 - Pretendenta atbildes – piedāvājuma izmaiņas
- !!! Visiem Pretendentiem vienādi noteikumi**



Vērtēšana

- Kritēriji, metodoloģija palīdz veidot piedāvājumu
- Individuāli vērtējumi

Nr.	Vērtēšanas kritēriji	Max. punktu skaits
1.	Cena	10
2.	Kampaņas koncepcija	20
3.	Kampaņas devīze / sauklis	10
4.	Kampaņas plakāts / vizuālis	10
5.	Kampaņas video klipa ideja; realizācijas metode / filmēšanas tehnika; kadrējuma skices un teksts	20
6.	Kampaņas atklāšana un kampaņas galveno vēstījumu publicitātes plāns CSDD sociālo tīklu kontos un medijos	20
6.	Kampaņas prezentācija	10
KOPĀ:		100

Iepirkuma rezultāts

Uzvar tikai viens!



Kampanas realizācija, tās elementi

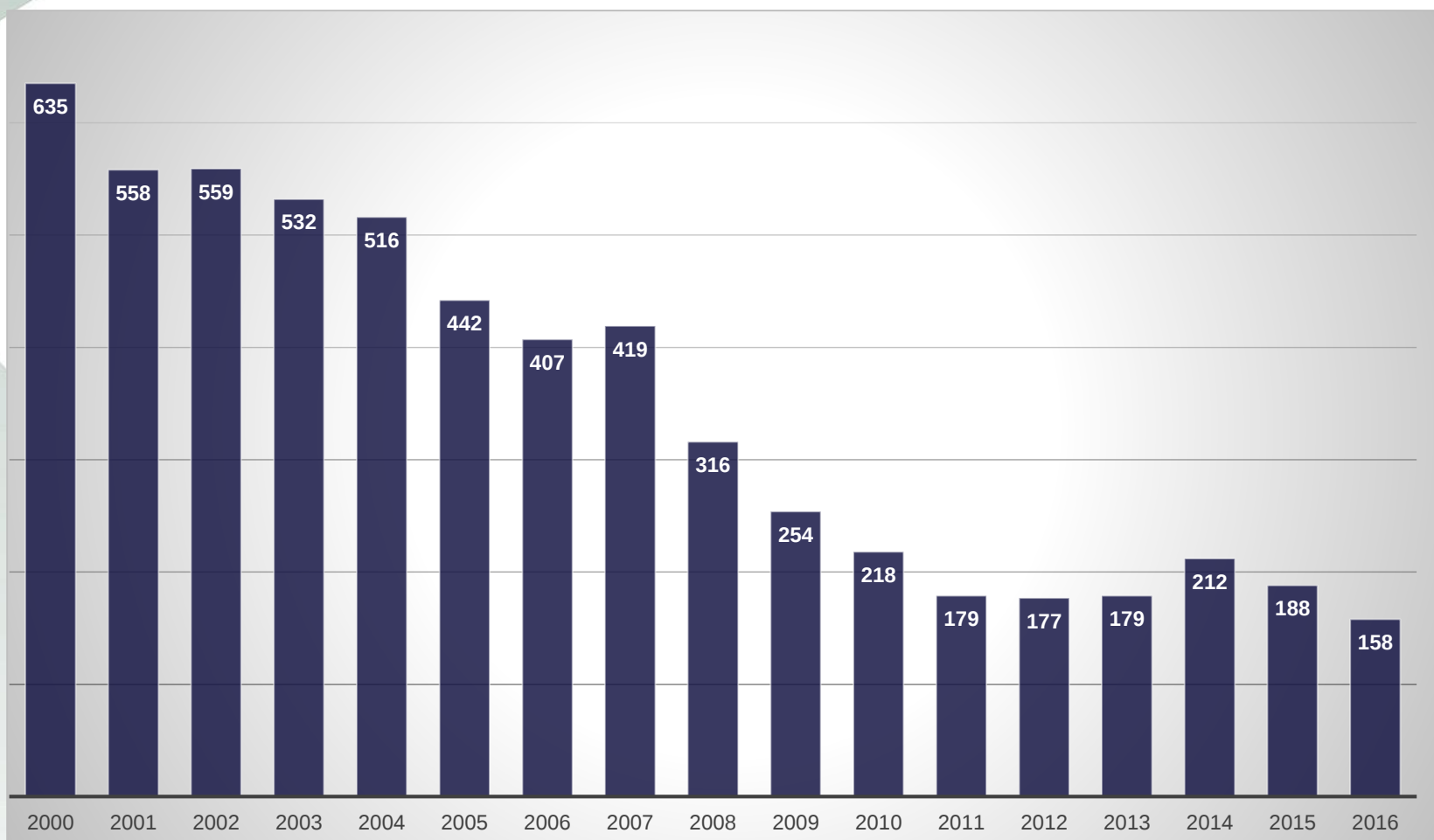
- video
- audio
- plakāts / devīze
- digitālais risinājums, mobilās aplikācijas
- publicitāte
- vides objekti
- netradicionāli risinājumi

!!! atkarīgi no tēmas, mērķauditorijas un budžeta

Kampanu rezultāti



[CSDD video](#)



!!! 17 kampanu gados bojā gājušo skaits ir samazinājies 4 reizes

Kampanu rezultāti

[CSDD video](#)



Paldies par uzmanību



Ance.Bigaca@csdd.gov.lv
Ieva.Berzina@csdd.gov.lv