

TEKNİK ŞARTNAME

İŞİN ADI: BURSA TURİZM TANITIM VE MARKA STRATEJİŐİ HİZMET SATIN ALIMI İHALESİ

İHALE TARİHİ VE SAATİ: 26/06/2019 arőamba Günü 15:00

1. Teknik Şartname İle İlgili Genel Hükümler

Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı, 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu ile 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu hükümlerine tabi olmadığından, mal ve hizmet alımı ile yapım işlerine ilişkin işi ihale edip etmemekte, kısmen ihale etmekte veya dilediğine kısmen veya tamamen vermekte serbesttir. İhalenin tamamen veya kısmen iptal edilmesi nedeniyle isteklilerce Ajanstan herhangi bir hak talebinde bulunulamaz.

İstekli, şartname koşullarını bir bütün olarak sağlamak zorundadır. Bu şartnamede belirtilmeyen hükümler konusunda İdari Şartname hükümleri geçerlidir.

2. Şartnamenin Konusu

Sürdürülebilir kalkınma sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerin bir denge içinde yürütüldüğü bir olguyu ifade etmektedir. Bu çerçevede, hem ulusal ve bölgesel olarak belirlenen politikaların sürdürülebilir kalkınma bağlamında ele alınması hem de oluşturulacak plan ve programların sosyal, ekonomik ve çevresel olarak etkilerinin dengeli bir şekilde ele alınması gerekmektedir.

Bu konu, TR41 Bölgesi genelinde ele alındığında çok daha önem kazanmaktadır. TR41 bölgesi hem sosyal hem ekonomik hem de çevresel etkileşimin çok yoğun olduğu bir bölgedir. Bursa ili ülkenin önemli sanayi merkezlerinden biri olması yanında aynı zamanda önemli bir tarım ve turizm merkezidir. Kültürel, tarihi ve doğal zenginliklerin birleştiği nadir yörelerden biri olan Bursa, sahip olduğu potansiyel ile birlikte dört mevsim turizmüne imkân veren ender yerlerin başında gelmektedir. Özellikle, il sınırları içinde yer alan Uludağ, kış turizminde ülkenin en gözde merkezi olmakla birlikte, bu özelliğinin sahip olduğu diğer doğal güzellikler ile bütünleşik bir şekilde dört mevsime yayılarak potansiyelinin hem ulusal hem de uluslararası alanda en üst düzeyde değerlendirilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda son yıllarda ülkemizin uluslararası rekabet gücünü giderek artırdığı sağlık turizmi ve termal turizm alanında da Bursa sahip olduğu altyapı imkanları ve nitelikli hizmet sektörü ile kendine ilk sıralarda yer edinmiştir. Köklü bir termal turizm geçmişi olan Bursa, 15 Mart 2013 tarihinde Belçika'nın Spa şehrinde gerçekleştirilen Avrupa Tarihi Termal Kentler Birliği (EHTTA) Teknik Komitesi toplantısında Avrupa Tarihi Termal Kentler Birliği üyesi olarak onaylanmıştır. Bununla birlikte, "Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğu'nun Doğuşu" Dünya Miras Alanı projesi kapsamında, Orhangazi Külliyesi ve çevresini içine alan Hanlar Bölgesi, Hüdavendigâr (I. Murad) Külliyesi, Yıldırım (I. Bayezid) Külliyesi, Yeşil (I. Mehmed) Külliye, Muradiye (II. Murad) Külliyesi ve Cumalıkızık Köyü'nün Dünya Miras Komitesi'nin 38. Dönem Toplantısı'nda kültürel kategoride Dünya Miras Listesi'ne alınması ile Bursa ulusal ve uluslararası alanda dikkat çekmiştir. Turizmin birçok farklı alanında yüksek potansiyele sahip Bursa ilinin planlı ve hedefleri belirlenmiş olarak, sektör paydaşlarının ortak bir şekilde katkı verdiği bir strateji ışığında ilerlemesinin sağlanması önem arz etmektedir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ile uyumlu olarak ülkenin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde ve turizm alternatiflerini geliştirerek; Bursa'nın

turizmden alacağı payın artırılması hedeflenmektedir.

Bu teknik şartname, Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı tarafından ekonomik, sosyal ve çevresel dengelerin dikkate alınarak Bursa ilinde turizm tanıtım ve marka stratejisinin, yol haritasının ve uygulama planının oluşturulması, sektördeki paydaşların ortak bir şekilde hareket etmesi, turizmde ve tanıtımda sürdürülebilirliğinin sağlanması ile Bursa'nın uluslararası bir cazibe merkezi olması amacıyla yapılacak çalışmaları konu almaktadır.

3. Tanımlar ve Kısaltmalar

Bu şartnamede geçen önemli terim ve kısaltmaların proje kapsamındaki anlamları aşağıda gösterilmiştir.

Ajans: Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı,

İstekli: Mal veya hizmet alımları ile yapım işlerinin ihalesine teklif veren tedarikçi, hizmet sunucusu veya yapım müteahhidini,

Yüklenici: Üzerine ihale yapılan ve sözleşme imzalanan istekliyi,

Benzer İş: Turizm sektörünün sürdürülebilir gelişmesine yönelik uluslararası şehir tanıtımı, markalaşması ve marka iletişimi konularında yapılan strateji geliştirme işini,

Ara Rapor: Çalışma süresi boyunca mevcut durumu içeren ayrıntılı raporu,

Nihai Rapor: İşin tüm aşamaları ile tamamlanmasından sonra Ajansa sunulacak raporu,

TR41 Bölgesi: Bursa Eskişehir Bilecik Bölgesi'ni ifade eder.

4. Teknik Özellikler

4.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Turizm sektörü, oluşturduğu istihdam ve katma değer, ihracata yaptığı katkıyla küresel ekonomide önemli bir rol oynamaktadır. Turizm sektöründeki gelişmeler ülkeleri farklı şekilde etkilediği gibi, aynı ülke içindeki farklı destinasyonlar da çeşitli özellikleri nedeniyle gelişmelerden farklı şekilde ve boyutta etkilenmektedir. Türkiye'de farklı destinasyonların gelişme, ürün geliştirme, pazarlama ve markalaşma imkanlarını dikkate alan, turizm deneyiminin oluşturulmasındaki farklı aktörleri, mahalli idareleri ve yörede yaşayanları paydaş olarak gelişme sürecine dahil eden strateji ve eylem planlarına ihtiyaç son yıllarda daha da belirginleşmiştir.

Bu analiz ve strateji çalışmasının, turizm açısından sektörel eğilimlerin analizi, dünyadaki şehir/bölge/ülke markalaşma çalışmaları ile ilgili iyi uygulama örneklerinin incelenmesi, ziyaretçi profili ve segmentasyon çalışması ile Bursa'nın marka durumu analizinin yapılması, Bursa ile benzer özellikler taşıyan, turizm ve markalaşma anlamında dünyada öne çıkan şehirler/bölgeler ile kıyaslama yapılarak bir mevcut durum analizi hazırlanması ve Bursa'nın turizm tanıtım, iletişim ve markalaşma konularını içerecek şekilde stratejisinin geliştirilmesi kapsamında stratejik yol haritası oluşturularak

odaklanması gereken turizm türlerinin belirlenmesi, belirlenen turizm türlerine yönelik hedef ülkelerin ve bu ülkelerde yapılacak tanıtım faaliyetlerinin belirlenmesi, bu çerçevede eksikliklerin tespitinin yapılması ile tanıtım ve markalaşma stratejisinin geliştirilmesi hususlarını içermesi amaçlanmaktadır.

Bursa'nın turizm tanıtım ve markalaşma konusunda durumunu detaylı olarak analiz edecek ve kapsamlı bir tanıtım, iletişim ve marka stratejisi ortaya koyacak bu çalışma kapsamında Bursa'nın marka durumu analizi, uluslararası kıyaslama, marka stratejisi ve mesaj çerçevesi, stratejik yol haritası, geliştirilecek strateji kapsamında oluşturulacak konsept altında kullanılması öngörülen logo, sunum, poster gibi görsel konsept tasarımların oluşturulması ve uygulama esaslarının belirlenmesine ilişkin detaylı uygulama kılavuzlarının hazırlanması beklenmektedir.

Bursa'nın farklı alanlarda (özel sektör, kamu sektörü, şehir hayatı, yatırım ortamı, girişimcilik ekosistemi vb.) faaliyet gösteren ilgili kişilere ulaşabilmesi amaçlı araştırmaların yürütülmesi ve sonucunda marka yapılanması, görsel kimlik ve stratejinin oluşturulması hedeflenmektedir. Her hedef kitleye hitap edebilmek adına etkili iletişim yöntemleri ve marka yapılanması tasarlanacaktır.

İşbu şartname kapsamında yapılması amaçlanan çalışmaların detayları 'Bölüm 4.3. İşin Aşamaları' bölümünde açıklanmaktadır.

4.2. İşin Süresi

Projenin toplam süresi, sözleşme imzalanma tarihinden itibaren (10 ay) 300 gündür. Ajanstan kaynaklanan nedenlerden oluşabilecek gecikme süreleri kadar ek süre yükleniciye verilecektir. Bu konuda Ajansın takdir yetkisi saklıdır.

Projenin belirlenen süreye uygun olarak ilerlemesinin takibini sağlamak üzere faaliyetlerin ayrıntılı bir şekilde yer aldığı İş Planı kapsamında proje faaliyet takvimi hazırlanacak ve Ajansa sunulacaktır.

4.3. İşin Aşamaları

Yüklenici; sözleşmenin ardından işe başlamadan önce, proje süresince kullanacağı kaynakları, iş adımlarını ve bu iş adımları için öngördüğü süreleri içeren bir "İş Planı" hazırlayarak Ajansın onayına sunacaktır. Yüklenici İş Planında ayrıca kendi ofisinde ve Ajans ofisinde gerçekleştireceği işleri açıklayarak; bu aşamalarda birlikte çalışması gerektiğini düşündüğü Ajans ile diğer ilgili kurum ve kuruluşların personelinin sayı ve niteliklerini de Ajansa sunacak ve Ajans onayı ile İş Planı kesinlik kazanacaktır.

Bursa Turizm Tanıtım ve Marka Stratejisi oluşturulması sürecinde yürütülecek adımlar aşağıdaki gibidir:

1. Proje Başlangıcı ve Hazırlık Aşaması
2. Mevcut Durum Analizi
3. Uluslararası Kıyaslama ve Bursa Tanıtım, Marka ve İletişim Stratejisi Yol Haritası

4. Görsel İfadeler ve Uygulama Kılavuzları
5. Raporlama ve Teslimat
6. Sonuç ve Proje Kapanışı

4.3.1. Proje Başlangıcı ve Hazırlık Aşaması

- Bursa Turizm Tanıtım ve Marka Stratejisi çalışmasında kullanılacak yöntem ve model konusunda Ajans ile istişare edilerek detaylar belirlenecektir. Çalışma metodolojisi belirlenecek ve dokümanite edilecektir.
- Turizm tanıtım, marka stratejisi ve tasarım konularından en az birinde uzman ve en az 15 (onbeş) yıl uluslararası proje deneyimine sahip 1 adet koordinatör/ekip lideri olmak üzere; Turizm ve Tanıtım, Markalaşma ve Pazarlama, Şehir Marka Yönetimi, Planlama ve Strateji Geliştirme ile Tasarım konularından en az birinde 5 (beş) yıl uluslararası proje deneyimine sahip, en az lisans ve dengi derece mezunu uzmanlardan oluşan ve tam zamanlı olarak görevlendirilen en az 5 kişilik bir çalışma ekibi oluşturulacaktır.
- Ajansın görüş ve önerileri dikkate alınarak analiz ve strateji oluşturma faaliyetleri revize edilebilecektir.
- Bursa Turizm Tanıtım ve Marka Stratejisi çalışması için İş Planı hazırlanacaktır. Faaliyetlerin planlanması, çalışmanın çerçevesi, konusu ve zaman planlaması konusunda Ajansla her konuda mutabık kalınması gerekmektedir.
- Açılış toplantısı ile başlangıç aşamasında İş Planı, kullanılacak yöntem ve model ile yürütülecek çalışmalar konusunda sunum yapılacak ve ancak Ajansın onayının ardından proje takvimindeki diğer aşamalara geçilebilecektir.

4.3.2. Mevcut Durum Analizi

- Yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştirilmiş, turizm tanıtım ve marka stratejisi kapsamında hazırlanmış benzer analiz, strateji ve turizm master plan çalışmalarına ilişkin literatür taraması yapılacak, iyi uygulama örnekleri incelenecek, bu çerçevede analizde kullanılacak yöntem ve model konusunda Ajans ile istişare edilerek detaylar belirlenecektir.
- Bursa'da turizm sektörünün durumunu detaylı olarak ortaya koyacak bu çalışma kapsamında literatür taraması, ikincil veri ve istatistiklerin analizi; turizm sektöründeki küresel ve bölgesel görünüm ve eğilimlerin analizi yapılacaktır.
- Tüketici davranışlarını açıklamaya yardımcı olan etnografik araştırmanın internet yoluyla giderek daha fazla sosyalleşen günümüz tüketicisini anlayabilmek amacıyla, sanal topluluklardaki tüketici davranışını inceleyen yeni bir araştırma yöntemi olan "netnografi" araştırması yapılarak sosyal medya kanal ve hareketlilik analizi çıkarılacaktır. İletişim denetimi ve incelemesi yapılacaktır.

- Turizm odaklı ziyaretçi profili; ziyaret amaçları ve tercihleri, konaklama tercihleri ve beklentileri tespit edilecek ve segmentasyon çalışması yapılacaktır.
- Bursa şehir markasının rekabetçi ve fırsat odaklı imkanlarını; Bursa tarihini, kültürünü, insanlarını, ekonomisini ve potansiyelini anlamak amacıyla, Bursa ile ilgili olarak yapılmış ve yapılmakta olan, turizm alanındaki tanıtım, marka ve strateji geliştirme çalışmaları ile birlikte, başka şehirler/bölgeler için yapılmış diğer ilgili çalışmalar araştırılıp incelenerek bir tarama çalışması yapılacak; anket, mülakat, toplantı gibi gerekli diğer çalışmalar da yürütülerek Bursa'nın marka değerinin mevcut durumu tespit edilecektir. Yüz yüze ve telefon görüşmesi gibi yöntemler kullanılarak hedef kitleyi temsil eden kişiler ile görüşmeler gerçekleştirilecektir. Bu görüşmeler ile ziyaretçilerin davranışları, tutumu ve algıları ortaya çıkarılacaktır.
- Analiz için kritik önem arz eden fakat güncel olarak mevcut olmayan veriler, yüklenici tarafından saha çalışmaları, odak grup toplantıları ve anketler vb. yöntemlerle elde edilecek ve analiz için hazır hale getirilecektir. İlgili veriler daha sonra çalışma kapsamında hazırlanacak diğer veri setleri ile birlikte proje bitiminde Ajansın istediği formatta teslim edilecektir.
- Anketler öncelikle yüz yüze yapılacak, mümkün olmadığı durumlarda ise Ajans onayı ile telefon yoluyla da yapılabilecektir.
- Yurtdışında, Türkiye çapında ve Bursa'da olmak üzere 3 algı anketi uygulanacaktır.
- Farklı alanlarda katkıda bulunabilecek diğer kişi, kurum ve kuruluşlar ve ilgili kritik paydaşlar ile yüz yüze görüşmeler, mülakatlar ve odak grup toplantıları yapılarak öngörüler ve beklentiler alınacaktır. Görüşülecek ve toplantı yapılacak kurum ve kuruluşlar belirlenirken Ajansın onayı gerekmektedir.
- Yüz yüze görüşmeler ve anketler için hazırlanacak olan soru formu ile görüşme ve anket yapılacak kişiler Ajans'ın görüş ve önerileri çerçevesinde oluşturulacaktır. Yüz yüze görüşme soru formu ve görüşme planı ile anket soru formu ve uygulama planı Ajansa sunulacak, Ajans onayının ardından saha çalışması başlatılacaktır.
- Bursa ili için GZFT analiz çalışması yapılacaktır.
- Yapılan istatistik ve analiz çalışmalarının sunulacağı, görüşme, mülakat ve odak grup toplantılarının sonuçlarının aktarılacağı, ilgili kurum, kuruluş ve sektör temsilcilerinin Bursa'nın turizm tanıtım ve markalaşma konusunda mevcut durumu ile ilgili fikir ve değerlendirmelerinin alınacağı bir çalıştay düzenlenecektir. Çalıştayın formatı ve davet edilecekler konusunda Ajans onayı alınacaktır.
- Bu analiz çalışması bölümünde, Bursa ile ilgili veri ve paydaş analizleri, saha çalışmaları, paydaş mülakatları, ziyaretçi anketleri, sektör temsilcileri ve ilgili kurumların katılacağı odak grup toplantıları ve çalıştay etkinliği yapılacak, çalışma için elzem diğer hususlara ilişkin verilerin derlendiği, yapılan görüşmelerin, toplantıların ve çalıştayın sonuçlarını ve yukarıda zikredilen hususları içeren, Bursa'nın turizm sektörü ve Bursa şehir markasına ilişkin mevcut durumu ve

potansiyeli ortaya koyan yazım kurallarına ve rapor diline uygun şekilde “Mevcut Durum Analizi Raporu” hazırlanacaktır.

4.3.3. Uluslararası Kıyaslama ve Bursa Tanıtım, Marka ve İletişim Stratejisi Yol Haritası

4.3.3.1 Uluslararası Kıyaslama

- Bursa ile benzer niteliklere sahip şehirlerin/bölgelerin itibarlarını nasıl inşa ettiklerini, farklılaşma ve öne çıkma süreçlerini anlamak için uluslararası bir kıyaslama çalışması yapılacaktır.
- Bu çalışmada tercihen Avrupa, Amerika, Asya ve Orta Doğu ülkeleri incelenerek Bursa ile benzer profilde, iyi uygulama örneği niteliğinde başarılı çalışmalar yürütmüş yurtdışındaki en az 4 şehir/bölge tespit edilecek ve Ajans ile birlikte belirlenecek parametrelerde konumlandırma ve farklılaşma durumları incelenecektir.
- Kıyaslanacak bu şehirler/bölgelerde şehrin/bölgenin oluşturduğu markayı nasıl oluşturup idame ettirdiğine yönelik iyi uygulama örneği niteliğinde raporlar oluşturulacaktır. Muhtemel iş birlikleri için ortak aktiviteler ve projeler önerilecektir.

4.3.3.2 Marka Yapılandırması ve Hedef Kitle Belirlenmesi

- Mevcut durum analizi kapsamında araştırılan küresel ve bölgesel turizm görünümü ve yönelimleri ile Bursa'nın mevcut durum analizi çalışmaları baz alınarak hedef kitle ve ülke araştırması yapılacaktır; ziyaretçiler, sektör temsilcileri ve şehir sakinleri gibi gruplara yönelik yapılacak çalışma ile Bursa'nın odaklanması gereken hedef kitle ve ülkeler tespit edilecektir.
- Bu çalışmada öncelikle özgün bir marka ve görsel kimlik oluşturulacaktır. Bursa'nın marka değerini artırmak ve turistleri çekmek için atılması gereken kritik adımlar belirlenecektir.
- Oluşturulacak markanın ve hikâyenin hangi hedef kitleye hangi mesajlarla ve nasıl aktarılacağı konusunda öneriler oluşturulacaktır.
- Marka yapılanması oluşturularak farklı hedef kitlelere yaklaşım dili, marka hikayesi ve mesajlar hazırlanacaktır.
- Her hedef kitle ve ülke için özel marka yaklaşımı oluşturulacak ve marka yapılanması sunulacaktır. Hikâye anlatımı, görsel dil ve iletişim dili yapılandırılacaktır.
- Persona, farklı kaynaklardan edinilen karakteristik bilgiler incelenerek belirlenen ideal müşteri profilini ifade eder. Odak hedef kitesinden asgari 10 ayrı persona oluşturulacaktır. Bu personalar seçilen kitlelerin tüme varım yöntemi ile ihtiyaçlarını, davranışlarını yansıtacaktır.
- Oluşturulan personalar için ziyaretçi deneyimi çalışmaları gerçekleştirilecektir. Ziyaretçi personalarının tecrübelerinden yola çıkılarak deneyim yolculuğunda Bursa'da geçirdiği zaman dilimi içerisinde sistemlerle, hizmetlerle, kurumlarla ve insanlarla olan etkileşimi incelenecektir.
- Ziyaretçi deneyim yol haritası içerisinde tespit edilen zorluklar ve ihtiyaçlar belirlenecek ve bu

bulgular hedef deneyim tasarımına girdi oluşturacaktır.

- Ortak “Amaç”, “Vizyon”, “Misyon” ve ana stratejiler ile uyumlu olacak şekilde hedef ziyaretçi deneyim yol haritaları oluşturulacak ve mevcut durumda tespit edilen bulguların çözümüne yönelik öneriler sunulacaktır.

4.3.3.3 Marka İletişim ve Yönetişim Stratejisi

- PR kampanyası, tanıtım ve reklam öğeleri, şehir marka elçileri oluşturmak gibi pazarlama malzemelerinin/araçlarının uygulama planı hazırlanacaktır.
- Duyuru ve iletişim kampanyasının konsepti ve uygulama planı detaylı olarak hazırlanacaktır.
- Yurtiçi ve yurtdışında düzenlenecek lansman etkinliklerinin konsepti ve uygulama planı detaylı olarak hazırlanacaktır.
- Marka yapılanması için 3 adet farklı konsept sunulacak, 3 farklı konsept için ilham videosu hazırlanacak ve Ajans ile paylaşıldıktan sonra nihai karar ile 4.3.4 görsel kimlik uygulamasına başlanacaktır.
- Hazırlanacak Stratejik Yol Haritasının, Bursa ile özdeşleşecek bir marka hikayesi vasıtasıyla Bursa şehir markasının farklı hedef kitlelere özgün ve etkin bir şekilde anlatılmasına imkân sağlayacak nitelikte olması beklenmektedir.
- “Amaç”, “Vizyon”, “Misyon” ve stratejiler doğrultusunda belirlenen hedef kitle, ülkeler ve bunlar için tasarlanmış hedef deneyim yol haritası ile mevcut durum analizleri baz alınarak fark analizi çalışmaları gerçekleştirilecektir. Bu fark analizi çalışmaları sonucunda insan kaynağı, süreçler, teknoloji, marka bilinirliği ve altyapı yatırım gibi gereksinimler belirlenecektir.
- Belirlenen gereksinimler doğrultusunda proje kartları oluşturulacak ve gerçekleştirilmesi planlanan eylemler Ajansın onayı ile önceliklendirilecektir. Önceliklendirme safhasında proje kartlarının birbiri ile olan bağımlılık noktaları da değerlendirilecektir.
- Hazırlanacak strateji ve yol haritası kapsamında Bursa’nın alt destinasyonları belirlenecek ve Bursa ana destinasyonu için yönetim modeli önerisi oluşturulacaktır.
- Oluşturulan turizm stratejisi yol haritasının yönetimi için gerekli görülen izleme planı ve yönetim yapısı tasarlanacaktır.

4.3.4. Görsel İfadeler ve Uygulama Kılavuzları

- Bursa şehir markası ve kimliği için 3 alternatifli olarak görsel konsept tasarlanacak ve nihai versiyonu için Ajans onayı alınacaktır. Nihai görsel konseptin altında, kullanılması öngörülen görsel tasarımlar ve kurumsal kimlik öğeleri oluşturulacaktır.
- Belirlenecek görsel konseptte göre, strateji kapsamında kullanılması öngörülen logo, anlatım, yazı biçimi (tipografi), sunum şablonu, tanıtım ve promosyon ürünleri ile kartvizit, ticari antetli kâğıt

ve zarf, poster, broşür, otobüs, tramvay, feribot, deniz otobüsü, teleferik, durak gibi görsel uygulama tasarımları ve kurumsal kimlik öğeleri oluşturulacak ve her bir öğe için uygulama esaslarının belirlenmesine ilişkin detaylı uygulama kılavuzları hazırlanacaktır. Ajans ile birlikte detayları belirlenecek en az 10 farklı görsel uygulama örneği tasarlanacaktır.

- Bursa için, belirlenecek marka konseptine uygun olarak 3 adet işitsel logo hazırlanacaktır.
- Bursa markasının vereceği mesajın etkisinin artırılması amacıyla organizasyon ve fuar katılım tasarımı oluşturulacaktır. Oluşturulacak tasarımın uygulama kılavuzu hazırlanacaktır.
- Uygulama kılavuzlarını içeren tasarım kitapçığının ve uygulama yöntemlerinin anlatılacağı, ilgili kurumların temsilcilerinden oluşturulacak gruplara yönelik eğitim ve bilgilendirme toplantıları yapılacaktır. Eğitime katılacak kurumlar Ajans ile birlikte belirlenecektir.

4.3.5.Raporlama ve Teslimat

- Uygulanan yöntemin, metodolojinin, kullanılan modellerin ve çalışmada geline aşamanın detaylarını içeren ayrıntılı dört ara rapor hazırlanacak ve Ajansa sunulacaktır. Ajansın talep etmesi durumunda bu raporların bir kısmı veya tümü yüklenici tarafından Ajans ofisinde yüz yüze bir sunum şeklinde gerçekleştirilecektir. İlgili rapor; eğer varsa, Ajansın görüşleri ile revize edilecektir.
- Kullanılan yöntemin ayrıntılı dokümantasyonu (toplanan veriler, kullanılan paket program bilgisi, yapılan analizlerin ayrıntısı vb.) Ajansa sunulacaktır.
- Elde edilen tüm tasarım, rapor, bilgi, belge ve verilerin (çalışma dosyası formatında) elektronik kopyası Ajansa iş bitiminde verilecektir.
- Ara rapor, nihai rapor ve teslim edilecek diğer dokümanlar Türkçe hazırlanacaktır. İlgili dokümanların İngilizce hazırlanması durumunda Ajansa İngilizce orijinali ve Türkçe versiyonu birlikte teslim edilecektir.

4.3.6.Sonuç ve Proje Kapanışı

- Analiz dokümanları, çalışma kapsamında oluşturulacak diğer dokümanlar ve taslak nihai rapor Ajansa sunulacak; eğer varsa, Ajans görüşleri ile taslak rapor nihai hale getirilecektir.
- Proje sonuçlarının açıklanması amacıyla duyuru kampanyası konsepti hazırlanacak ve detayları ve uygulama adımları yazılı olarak Ajansa iletilecektir.
- Nihai rapor Türkçe dilinde 10 adet basılı olarak ve elektronik ortamda (Word ve PDF) proje bitimini takiben en geç 15 (onbeş) gün içerisinde Ajansa sunulacaktır.
- Çalışma sonuçlarının ve nihai raporun sunulacağı Bursa Valiliği, Bursa Büyükşehir Belediyesi, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, belirlenecek diğer kurum ve kuruluşlar ile Ajans temsilcilerinin katılacağı bir kapanış toplantısı yapılacaktır.
- Mevcut durum analizi ve strateji kapsamında üretilen bütün görsel tasarımlar ve kılavuzlar 10'ar

adet basılı olarak ve hazırlandığı programın çalışma dosyası ile PDF formatında rapor ekinde Ajansa teslim edilecektir.

5. Yüklenici için Teknik Yeterlilik Kriterleri

Bu şartnameye teklif verecek olan kurumlar aşağıdaki niteliklere sahip olmalıdır:

- Yüklenici, birden fazla ülkede turizm sektörünün sürdürülebilir gelişimine yönelik olarak şehir/bölge/ülke tanıtımı, markalaşması ve iletişimi konularında benzer iş bitirmiş olmalıdır. Aynı zamanda bu benzer işlerden en az bir tanesi isteklinin teklif bedelinin en az %70'i oranında olmalıdır. Bu kriterle ilgili destekleyici belgeler, Teknik Şartname Ek-1'de belirtilen şekilde sunulmalıdır.
- Kilit personele ilişkin benzer iş tecrübelerini içeren özgeçmişlerin Ajansa ihale aşamasında sunulması gerekmektedir. Teklifte, teknik şartnamede belirtilen iş kısımlarının hangi bölümlerinin Yüklenicinin hangi personeli tarafından yapılacağı belirtilmeli, teknik/kilit personel iş bu şartnamenin 5.1. maddesinde belirtilen kriterleri sağlamalıdır. Personel görevlendirme değişikliklerinde Ajans onayı alınacaktır.

5.1. Teknik Personel/Kilit Personel

Turizm tanıtım, marka stratejisi ve tasarım konularından en az birinde uzman ve en az 15 (onbeş) yıl uluslararası proje deneyimine sahip 1 adet koordinatör/ekip lideri olmak üzere; Turizm ve Tanıtım, Markalaşma ve Pazarlama, Şehir Marka Yönetimi, Planlama ve Strateji Geliştirme ile Tasarım konularından en az birinde 5 (beş) yıl uluslararası proje deneyimine sahip, en az lisans ve dengi derece mezunu uzmanlardan oluşan ve tam zamanlı olarak görevlendirilen en az 5 kişilik bir çalışma ekibi oluşturulacaktır. Ekip üyelerinin benzer nitelikte en az 3 projede görev almış olması beklenmektedir. Yüklenici, gerekli mekânsal, teknik ve stratejik analizleri yapabilecek, yürütebilecek farklı disiplinlerden ihtiyaç duyduğu sayıda personeli Ajansın onayını alarak görevlendirebilecektir.

6. Muayene ve Kabul İşlemleri

Sözleşme konusu işlerin tamamının iş planında öngörülen süre sonunda hazır olmaması veya yüklenicinin kabule hazır olduğunu bildirdiği tarihte kabule hazır olmaması halinde durum bir raporla tespit edilir ve geçen her gün için iş planında öngörülen tarih itibariyle gecikme cezası uygulanabilecektir. Ajanstan kaynaklanan veya Ajans ile yüklenici arasında mutabık kalınacak gerekçeler nedeniyle yaşanan gecikme süreleri gecikme cezası uygulamasında dikkate alınmayacaktır.

Sözleşme konusu işlere ait sürecin takibi, her türlü onay ve muayene kabulü Ajans tarafından oluşturulacak komisyon gözetiminde yapılacaktır.

Muayene kabul sırasında muayene kabul komisyonu tarafından sözleşme konusu işlerde saptanan eksiklik ve değişiklik talepleri, Ajans tarafından 15 gün içinde yükleniciye bildirilecektir. Yüklenici bu bildirim müteakip 30 gün içinde eksiklikleri tamamlayarak ihale konusu işin son halini sunacaktır.

Ajans tarafından ek süre verilmesi veya yüklenicinin kusuru dışındaki nedenlerle kabul işlemlerine başlanamaması halinde gecikme cezası uygulanmaz.

7. Yükümlülükler ve Cezai Müeyyideler

Yüklenici belirtilen süre içerisinde şartnameye ilişkin yükümlüklerini yerine getiremezse gecikilen her gün için (300. günden sonraki her gün için) sözleşme bedelinin %0,5'i (bindebeşi) oranında ceza tahakkuk ettirilerek hak edisten kesilecektir.

Ajans tarafından kesilecek cezanın toplam tutarının, hiçbir durumda, sözleşme bedelinin %30'unu geçmemesi esastır. Ajans tarafından ek süre verilmesi veya yüklenicinin kusuru dışındaki nedenlerle kabul işlemlerine başlanamaması halinde gecikme cezası uygulanmaz.

8. Yüklenici Firmaya Yapılacak Ödemeler

Sözleşme konusu iş için avans verilmeyecektir. Aşağıda belirtilen iş paketlerinde başlıklar olarak ifade edilen ve detayları bu teknik şartnamede belirtilen işlerin eksiksiz bir şekilde tamamlanmasını müteakip sunulan ara raporların kabulüne istinaden tabloda belirtilen ödeme oranlarında olmak üzere en fazla 4 (dört) ara 1 (bir) nihai ödeme şeklinde ödeme yapılacaktır.

Bursa Turizm Tanıtım ve Marka Stratejisi			
No	İş Paketinin Adı	İş Paketi Kapsamında Yapılacak Çalışmalar	Ödeme Oranı (%)
İŞ PAKETİ 1	Proje Başlangıcı ve Hazırlık Aşaması	<ul style="list-style-type: none"> Çalışma metodolojisinin belirlenmesi ve dokümantasyonu Proje ekibinin oluşturulması İş planı hazırlanması Proje açılış toplantısı Ara rapor hazırlanması ve sunulması 	20
İŞ PAKETİ 2	Mevcut Durum Analizi Çalışmaları	<ul style="list-style-type: none"> Literatür taraması yapılması Veri/Bilgi/Belge Toplama Analizde kullanılacak yöntem ve modelin belirlenmesi Anketlerinin hazırlanması ve uygulanması Sektör temsilcileri ve diğer ilgili kişi, kurum ve kuruluşlar ile yüz yüze görüşmeler, mülakatlar ve odak grup toplantıları yapılması Günümüz tüketicisini anlayabilmek amacıyla, sanal topluluklardaki tüketici davranışını inceleyen yeni bir araştırma yöntemi olan "netnografi" araştırması yapılarak sosyal medya kanal ve hareketlilik analizi çıkarılması. İletişim denetimi ve incelemesi yapılması 	20

		<ul style="list-style-type: none"> • Turizm odaklı ziyaretçi profili; ziyaret amaçları ve tercihleri, konaklama tercihleri ve beklentilerinin tespit edilmesi ve segmentasyon çalışması yapılması • Turizm sektöründeki küresel ve bölgesel görünüm ve eğilimlerin analizi • Bursa'nın marka durumu analizinin yapılması • Yurtdışında, Türkiye çapında ve Bursa'da olmak üzere 3 algı anketi uygulanması • Bursa ili için GZFT analiz çalışmasının yapılması • MDA çalışmayı düzenlenmesi • Bursa'nın turizm sektöründe mevcut durumunu, potansiyelini ortaya koyan içeren yazım kurallarına ve rapor diline uygun şekilde "Mevcut Durum Analizi Raporu" hazırlanması • Ara rapor hazırlanması ve sunulması 	
İŞ PAKETİ 3	Uluslararası Kıyaslama, Bursa Tanıtım, Marka ve İletişim Stratejisi Yol Haritası	<ul style="list-style-type: none"> • Tercihen Avrupa, Amerika, Asya ve Orta Doğu ülkeleri incelenerek Bursa ile benzer profilde, iyi uygulama örneği niteliğinde başarılı çalışmalar yürütmüş uluslararası en az 4 şehir/bölge tespit edilip ve Ajans ile birlikte belirlenecek parametrelerde konumlandırma ve farklılaşma durumlarının incelenmesi • Kıyaslanacak bu şehirler/bölgelerde şehrin/bölgenin oluşturduğu markayı nasıl oluşturup idame ettirdiğine yönelik iyi uygulama örneği niteliğinde raporların oluşturulması. • Belirlenen şehirler/bölgeler ile muhtemel iş birlikleri için ortak aktiviteler ve projeler önerilmesi *** • Mevcut durum analizi kapsamında araştırılan küresel ve bölgesel turizm görünümü ve yönelimleri ile Bursa'nın mevcut durum analizi çalışmaları baz alınarak hedef kitle ve ülke araştırmasının yapılması; ziyaretçiler, sektör temsilcileri, yatırımcılar, girişimciler ve şehir sakinleri gibi gruplara yönelik yapılacak çalışma ile Bursa'nın odaklanması gereken hedef kitle ve ülkelerin tespit edilmesi • Özgün bir marka ve görsel kimlik oluşturulması • Bursa'nın marka değerini artırmak ve turistleri çekmek için atılması gereken 	20

		<p>kritik adımların belirlenmesi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oluşturulacak markanın ve hikâyenin hangi hedef kitleye hangi mesajlarla ve nasıl aktarılacağı konusunda öneriler oluşturulması • Marka yapılanması oluşturularak farklı hedef kitlelere yaklaşım dili, marka hikayesi ve mesajlar hazırlanması • Her hedef kitle ve ülke için özel marka yaklaşımı oluşturulması ve marka yapılanması sunulması. Hikâye anlatımı, görsel dil ve iletişim dili yapılandırılması • Odak hedef kitesinden asgari 10 ayrı persona oluşturulması • Oluşturulan personalar için ziyaretçi deneyimi çalışmaları gerçekleştirilmesi. Ziyaretçi personalarının tecrübelerinden yola çıkılarak deneyim yolculuğunda Bursa'da geçirdiği zaman dilimi içerisinde sistemlerle, hizmetlerle, kurumlarla ve insanlarla olan etkileşiminin incelenmesi • Ziyaretçi deneyim yol haritası içerisinde tespit edilen zorluklar ve ihtiyaçların belirlenmesi ve bu bulguların hedef deneyim tasarımına girdi oluşturmasının sağlanması. • Ortak “Amaç”, “Vizyon”, “Miyon” ve ana stratejiler ile uyumlu olacak şekilde hedef ziyaretçi deneyim yol haritaları oluşturulacak ve mevcut durumda tespit edilen bulguların çözümüne yönelik öneriler sunulması <p style="text-align: center;">***</p> <ul style="list-style-type: none"> • PR kampanyası, tanıtım ve reklam öğeleri, şehir marka elçileri oluşturmak gibi pazarlama malzemelerinin/araçlarının uygulama planının hazırlanması. • Duyuru ve iletişim kampanyasının konsepti ve uygulama planının detaylı olarak hazırlanması • Yurtiçi ve yurtdışında düzenlenecek lansman etkinliklerinin konsepti ve uygulama planının detaylı olarak hazırlanması • Marka yapılanması için 3 adet farklı konsept sunulması, 3 farklı konsept için ilham videosu hazırlanması ve Ajans ile paylaşıldıktan sonra nihai karar ile görsel 	
--	--	--	--

		<p>ifadeler uygulamasına başlanması</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Amaç”, “Vizyon”, “Miyon” ve stratejiler doğrultusunda belirlenen hedef kitle, ülkeler ve bunlar için tasarlanmış hedef deneyim yol haritası ile mevcut durum analizleri baz alınarak fark analizi çalışmaları gerçekleştirilmesi. Bu fark analizi çalışmaları sonucunda insan kaynağı, süreçler, teknoloji, marka bilinirliği ve altyapı yatırım gibi gereksinimlerin belirlenmesi • Belirlenen gereksinimler doğrultusunda proje kartları oluşturulması ve gerçekleştirilmesi planlanan eylemlerin Ajansın onayı ile önceliklendirilmesi • Hazırlanacak strateji ve yol haritası kapsamında Bursa'nın alt destinasyonlarının belirlenmesi ve Bursa ana destinasyonu için yönetim modeli önerisi oluşturulması • Oluşturulan turizm stratejisi yol haritasının yönetimi için gerekli görülen izleme planı ve yönetim yapısının tasarlanması <p>Ara rapor hazırlanması ve sunulması</p>	
İŞ PAKETİ 4	Görsel İfadeler ve Uygulama Kılavuzları	<ul style="list-style-type: none"> • Bursa şehir markası ve kimliği için 3 alternatifli olarak görsel konsept tasarlanması ve ilham videosu hazırlanarak Ajansa sunulması. Nihai görsel konseptin altında, kullanılması öngörülen görsel tasarımlar ve kurumsal kimlik öğeleri oluşturulması • Belirlenecek konseptte göre, strateji kapsamında kullanılması öngörülen logo, anlatım, yazı biçimi (tipografi), sunum şablonu, tanıtım ve promosyon ürünleri ile kartvizit, ticari antetli kâğıt ve zarf, poster, broşür, otobüs, tramvay, feribot, deniz otobüsü, teleferik, durak gibi görsel uygulama tasarımlar ve kurumsal kimlik öğeleri oluşturulması ve uygulama esaslarının belirlenmesine ilişkin detaylı uygulama kılavuzları hazırlanması • Ajans ile birlikte detayları belirlenecek en az 10 farklı uygulama/görsel uygulama örneği tasarlanması • Bursa için, belirlenecek marka konseptine uygun olarak 3 adet işitsel logo 	20

		hazırlanması <ul style="list-style-type: none"> Bursa markasının vereceği mesajın etkisinin artırılması amacıyla organizasyon ve fuar katılım tasarımı oluşturulması ve oluşturulacak tasarımın uygulama kılavuzu hazırlanması Uygulama kılavuzlarını içeren tasarım kitapçığının ve uygulama yöntemlerinin anlatılacağı, ilgili kurumların temsilcilerinden oluşturulacak gruplara yönelik eğitim ve bilgilendirme toplantıları yapılması Ara rapor hazırlanması ve sunulması 	
İŞ PAKETİ 5	Proje Kapanışı, Raporlama ve Teslimat	<ul style="list-style-type: none"> Bursa Turizm Tanıtım ve Marka Strateji Belgesi'nin tamamlanması Proje sonuçlarının açıklanması amacıyla duyuru kampanyası konsepti hazırlanması Proje Kapanış Toplantısı yapılması Nihai rapor hazırlanması ve sunulması Proje ile ilgili nihai teslimatın yapılması 	20

Ara ödeme muayene kabul işlemlerinin tamamlanmasından sonra yüklenici tarafından düzenlenecek fatura karşılığında 30 gün içinde gerçekleşecektir. Yükleniciye sözleşme bedelinin dışında (Ajans ile mutabık kalınan iş artışları hariç) hiçbir ad ve nam altında fiyat farkı ödemesi yapılmayacaktır.

9. Diğer Hükümler

Teklif değerlendirme komisyonu tekliflerin değerlendirilmesi sırasında gerekli gördüğü durumlarda İstekliden yazılı veya sözlü açıklamaları ve bunlarla ilgili belgeleri isteyebilir. İhaleye iş ortaklığı olarak girilemez.

Sözleşme konusu işin yapılabilmesi amacıyla kullanılması gerekli olan tüm yazılım ve donanım ürünleri ile ihtiyaç olabilecek diğer materyal Yüklenici tarafından sağlanacaktır.

Sözleşme konusu işin yapılabilmesi için gerekli her türlü ulaşım, konaklama vb. giderler yüklenici tarafından karşılanacaktır.

Çalışma kapsamında üretilecek her türlü görsel ve yazılı materyalin tüm fikri ve mülkiyet hakkı Ajansa aittir; yüklenici bu konuda herhangi bir hak iddia edemez.

Yüklenicinin, sözleşmeye göre üstlendiği yükümlülüklerini yerine getirmesi sırasında veya getirmesi nedeniyle, ilgili mevzuat hükümleri gereğince koruma altına alınmış fikri ve/veya sınai mülkiyet konusu olan bir hak ve/veya menfaatin ihlal edilmesi halinde, bundan kaynaklanan her türlü idari, hukuki, cezai ve mali sorumluluk kendisine aittir. Yüklenici bu konuda Ajansın herhangi bir talepte bulunamaz. Buna rağmen Ajans hukuksal bir yaptırımla karşı karşıya kalırsa, diğer hakları saklı kalmak

kaydıyla yükleniciye rücu eder.

10. Gizlilik

Ajanstan işbu şartname kapsamında aktarılabilecek tüm dokümanlar “HİZMETE ÖZEL” gizlilik derecesine sahip olarak değerlendirilecek ve ona uygun muamele görecektir.

İşbu şartname kapsamında üretilecek tüm dokümanlar “HİZMETE ÖZEL” gizlilik dereceleri verilerek muhafaza edilecektir.

11. Yürürlük

Bu şartname 16 sayfa, 12 madde ve 2 ekten ibaret olup, sözleşmenin taraflarca imzalanmasından itibaren yürürlüğe girer ve iş bitiminde yürürlükten kalkar.

İşbu Teknik Şartname tarafımızdan 1 nüsha olarak tanzim ve imza edilmiştir.

12. Ekler

- ✓ EK-1: Benzer İş Özet Bilgi Formu
- ✓ EK-2: Hizmet Kalemleri Fiyat Teklifi Cetveli

BENZER İŞ ÖZET BİLGİ FORMU

Benzer iş kapsamında sunulacak ispatlayıcı belgeler, daha önce o hizmeti alan kuruma çalışma sonunda sunulmuş rapor, fatura, iş bitirme belgesi ve çalışma öncesinde hizmet alan kurum ile danışmanlık firması arasında imzalanmış resmi sözleşme metni gibi belgelerdir. Bu kriter kapsamındaki destekleyici belgeler Türkçe veya İngilizce dilinde sunulabilir. Mevzuat hükümleri gereğince koruma altına alınmış fikri ve/veya sınai mülkiyet hakları veya taraflar arasında imzalanmış sözleşmelerdeki gizlilik hükümlerine bağlı olarak sunulacak destekleyici belgelerin bazı bölümleri okunmayacak şekilde kapatılarak sunulabilecektir. Yine her bir benzer iş tecrübesi için sunulacak destekleyici belgelerin 25 sayfadan fazla olması durumunda o işe dair destekleyici belgeler CD/DVD veya USB bellek ile sunulabilecektir. Benzer iş kapsamındaki belgeler fotokopi olarak sunulabilecektir. Fotokopi belge sunulması durumunda, istekliler bu belgelerin asılları ile birebir aynı olduğuna dair ayrıca bir beyan yazısı sunmalıdır. Ajans ihtiyaç duyması halinde ek bilgi ve belge talep edebilecektir.

Benzer iş kapsamında ihale dosyasında sunulan çalışmalar hakkındaki özet bilgiler aşağıdaki tablo formatına uygun olarak da belirtilecektir.

NO	ÜLKE	KURUM ADI	SÖZLEŞME TARİHİ	İŞİN TESLİM TARİHİ	ÇALIŞMANIN KONUSU
1					
2					
3					
...					

İstekli Firma Adı:

İmza ve Kaşe: