



**הנדון: הודעה על כוונה להתקשר עם ספק יחיד/חוץ לרכישת טובין, עבודות ושירותים**  
**תאריך פרסום ההודעה: 24.7.2017**

בהתאם לתקנה 3(18) לתקנות חוק חובת המכרזים (התקשרויות של מוסד להשכלה גבוהה), התש"ע-2010, בכוונת האוניברסיטה להתקשר עם ספק יחיד – עטרה בילר

- **מהות ההתקשרות:** ייעוץ אסטרטגי למיתוג יחידות המשנה של האוניברסיטה.
- **תקופת ההתקשרות:** 5 שנים.

**אדם הסבור כי קיים ספק ישראלי נוסף המסוגל לבצע את ההתקשרות רשאי לפנות ולהודיע על כך בתוך 10 ימים ממועד פרסום ההודעה ועד ליום 7.8.2017 בשעה 17:00.**

פניות כאמור יש להעביר בכתב בלבד, באמצעות הדוא"ל לכתובת: [michraz-haspaka@tau.ac.il](mailto:michraz-haspaka@tau.ac.il)

או באמצעות הפקס: 03-6407255

**לכל פניה יש לצרף:**

1. שם, מען ופרטי התקשרות של הפונה.
2. שם, מען ופרטי התקשרות של הספק המוצע.
3. סטטוס ההתאגדות של הספק המוצע.
4. פירוט בדבר ניסיונו של הספק המוצע ונשוא ההתקשרות.

**פנייה אשר תתקבל במען האוניברסיטה לאחר המועד האחרון ו/או פנייה אשר תהיה חסרה איזה מהפרטים הנקובים לעיל, לא תיבחן על ידי ועדת המכרזים.**

מצ"ב חוות דעת הגורם המקצועי.

תאריך: 20/7/17

לכבוד,  
ועדת המכרזים,  
אוניברסיטת תל אביב

**הנדון: חוות דעת מקצועית במסגרת כוונה להתקשר עם ספק יחיד/חוץ**

אנו מבקשים לאשר התקשרות עם ספק יחיד בהתבסס על תקנה 3 (18) לתקנות חוק חובת המכרזים.

**מהות ההתקשרות:** ייעוץ אסטרטגי למיתוג יחידות המשנה של האוניברסיטה

**שם ספק:** עטרה בילר

**תקופת ההתקשרות:** 5 שנים

**הנימוקים לספק יחיד/חוץ:** שירותי ייעוץ אסטרטגי למיתוג יחידות המשנה של האוניברסיטה הינם שירותי המשך לתהליך מיתוג האוניברסיטה ("מיתוג המטרייה") שבוצע בשנה 2014. נוסף על מומחיות בתחום הייעוץ האסטרטגי למיתוג, נדרשת לצורך מתן השירותים היכרות עמוקה עם מערכת ההשכלה הגבוהה בכלל, וחשוב מכך היכרות עומק עם אוניברסיטת תל אביב בפרט ועם האסטרטגיה המיתוגית שלה.

עטרה בילר נבחרה ללוות את תהליך המיתוג של האוניברסיטה בשנת 2014 בתום הליך תחרותי. העבודה שלה בוצעה במשך שנה אינטנסיבית שכללה איסוף מידע, ביצוע שיחות עם גורמי מפתח באוניברסיטה, ראיונות עומק (חלקם בפורמט של אחד על אחד), ליווי קבוצות מיקוד והשתתפות באופן שוטף בישיבות של ועדת ההיגוי ושל ועדת המיתוג. עטרה נחשפה לכל קהלי היעד של האוניברסיטה: סגל פנימי – אקדמי ומינהלי, סטודנטים, מתעניינים בלימודים, תורמים מהארץ ומחו"ל, ידידים ובוגרים. הידע שצברה והניתוח האסטרטגי שביצעה בעקבותיו תורגמו על ידה להמלצה על אסטרטגיה מיתוגית, אותה האוניברסיטה אימצה והטמיעה בשנתיים האחרונות.

העבודה הנדרשת כעת היא המשך ביצוע הליך אסטרטגי עבור יחידות המשנה ועבור פרויקטים גדולים של האוניברסיטה: זיהוי הנרטיב המייחד שלהם והמלצה על אסטרטגיה מיתוגית עבורם. על אסטרטגיה זו להתחשב במאפיינים הייחודיים, אך בד בבד לנבוע מתוך אסטרטגיית העל של האוניברסיטה ולהוות המשך ישיר לתהליך המיתוג המקורי. הצלחת הפעילות מחייבת היכרות עמוקה עם האוניברסיטה, עם הלך החשיבה שהוליד את האסטרטגיה המיתוגית ועם המיתוג בפועל.

בנסיבות העניין, אין תחליף לידע שצברה עטרה במהלך העבודה עם האוניברסיטה ולהבנה העמוקה שלה את אסטרטגיית המיתוג של האוניברסיטה (עד לניואנסים הקטנים שלה), אשר נולדה מתוך העבודה שלה עצמה ומתוך האינטראקציה הצמודה והארוכה שלה עם סגל האוניברסיטה.

על כן אני מבקש להגדיר אותה כספק יחיד לצורך זה. רק עטרה, שליוותה את התהליך המקורי תוכל לסייע בשמירה על קו מיתוגי אחיד ועקבי בעת טיפול באסטרטגיה של יחידות המשנה.

בברכה,  
שם: אלון וינפרס  
תפקיד: מנהל השיווק של אוניברסיטת תל אביב