

18.11.19

לכבוד,
ועדת המכרזים,
אוניברסיטת תל אביב

הנדון: חוות דעת מקצועית במסגרת כוונה להתקשר עם ספק יחיד

אנו מבקשים לאשר התקשרות עם ספק חוץ בהתבסס על תקנה 3 (18) לתקנות חוק חובת המכרזים (התקשרויות של מוסד להשכלה גבוהה), תשי"ע – 2010.

מהות ההתקשרות: הספקת שירותי שיווק ופרסום עבור אוניברסיטת תל-אביב, ביה"ס הבינלאומי.

שם ספק:

DENTSU AEGIS NETWORK ISRAEL LTD דנטסו אגיס נטוורק ישראל בע"מ

תקופת ההתקשרות: דצמבר 2019 עד אוגוסט 2020

הנימוקים לספק יחיד:

בית הספר הבינלאומי באוניברסיטת תל-אביב מציע לסטודנטים בינלאומיים למעלה מ-60 תכניות לימוד אקדמיות הנלמדות בשפה האנגלית. האוניברסיטה מעוניינת להגדיל באופן משמעותי את מספר הסטודנטים הבינלאומיים הנרשמים לבית הספר הבינלאומי ולתמוך במוניטין של האוניברסיטה כיעד אקדמי עולמי.

כמו כן, בכוונת האוניברסיטה לחשוף את המותג של ביה"ס הבינלאומי והתכניות הנלמדות בשפה האנגלית ולהגדיל בצורה משמעותית את כמות המתעניינים מכל העולם.

ביה"ס הבינלאומי מכיל יותר מ-20 תכניות לתואר בפקולטות שונות, ויש לו התחייבות להגדיל את כמות הסטודנטים לכל אחת מן התוכניות האלו תוך התאמה לצורכי התקציב והגבלות המחלקות השונות.

בשנים האחרונות, תכניות מסוימות באוניברסיטה עבדו עם מספר משרדי פרסום אשר לא הביאו לעליית מספר מתעניינים רלוונטיים, חלקם לא שלטו בשפה האנגלית בצורה משביעת רצון ולא הצליחו לחשוף את התוכניות השונות לסטודנטים ברחבי העולם. לאור כך הגענו למסקנה שאותם משרדי פרסום אינם מסוגלים לספק את צרכי האוניברסיטה בעניין זה.

לאור ניסיונות העבר, הפרמטרים העיקריים הנדרשים מהספק הינם:

1. מאחר שבית הספר הבינלאומי יגייס מועמדים מרחבי העולם, אנו זקוקים במשרד עם הבנה מקצועית בשווקים מגוונים ותרבויות שונות וכן יכולת לפנות לקהלים מתאימים. יחד עם זאת, על המשרד להיות בעל יכולת לתת שירות מיטבי בשפה האנגלית ברמת שפת אם.

2. משרד בעל משאבים וידע מקצועי אשר מסוגל לתמוך בצורכי השיווק הגלובלים של בית הספר, עבור מגוון רחב של תכניות, כל אחת מכוונת אל קהל יעד מותאם מבחינת דמוגרפיה ורקע.

3. משרד עם נוכחות במספר רב של מקומות ברחבי העולם אשר רלוונטיים לקהלים שלנו, כגון אסיה, צפון אמריקה, אמריקה הלטינית ואירופה.
4. משרד עם יכולת לספק את כל האספקטים הנחוצים לחשיפה דיגיטלית מוצלחת של המותג ולקמפיינים ליצירת לידיים, כמו: הפקת סרטונים ואנימציה, רכישת מדיה, seo, תוכן, קריאייטיב וחוויית משתמש, אסטרטגיית מותג, מסע משתמש ועוד.
5. יכולת לנהל קמפיינים במקביל ובמסגרת זמן לחוצה – לאור העובדה שבית הספר הבינלאומי כולל בתוכו מספר רב של תכניות הדורשות מידה ניכרת של תשומת לב ומשאבים.
6. ניסיון מוכח בחשיפת מותגים חדשים, הרלוונטי ביותר לצרכים המיידים של בית הספר.

בהתבסס על הנ"ל, ביה"ס הבינלאומי באוניברסיטת תל-אביב רואה כי בעת הזו, דנטסו אגיס נטוורק ישראל בע"מ הינה החברה היחידה העומדת בכל הקריטריונים לעיל ומסוגלת לספק את צורכי השיווק המקצועיים והמטרות של בית הספר.

בברכה,

שם: מורין מאיר אדירי

תפקיד: מנהלת, ביה"ס הבינלאומי, אוניברסיטת תל-אביב