

TEKNİK ŞARTNAME STANDART FORMU (Hizmet Alımları için)

Proje Adı: “Vezirköprü Yöresel Ürünlerinin Katma Değerinin Artırılması ve Markalaşması Teknik Destek Projesi”

1. ARKA PLAN (Proje Teklifi Hakkında Bilgi)

Vezirköprü ilçesi; Vezirköprü Semaveri, Vezirköprü Tahtaköprü Kilimi ve Vezirköprü Susuz Bezi gibi coğrafi işaretli ve geleneksel üretim değerlerine sahip önemli yöresel ürünleri barındırmasına rağmen, bu ürünlerin markalaşma, tanıtım ve pazarlama süreçlerinde yeterli düzeye ulaşamadığı görülmektedir. Üretim faaliyetleri büyük ölçüde geleneksel yöntemlerle ve küçük ölçekli olarak sürdürülmekte olup, ürünlerin katma değer oluşturacak şekilde geliştirilmesi ve geniş pazarlara sunulması konusunda eksiklikler bulunmaktadır. Özellikle ambalajlama, etiketleme, marka oluşturma ve dijital pazarlama alanlarında yaşanan bilgi ve kapasite yetersizlikleri, ürünlerin ulusal ve dijital pazarlarda rekabet edebilirliğini sınırlamaktadır. Bununla birlikte üreticilerin e-ticaret sistemlerine entegrasyonu ve modern satış tekniklerini kullanma düzeyi oldukça düşük seviyededir. Ayrıca yerel üreticiler, kooperatifler ve küçük işletmeler arasında kurumsal iş birliği ve organizasyon yapısının yeterince gelişmemiş olması, ürünlerin sürdürülebilir bir ekonomik değere dönüşmesini zorlaştırmaktadır. Bu durum hem üreticilerin gelir düzeyini sınırlamakta hem de ilçenin sahip olduğu kültürel ve ekonomik potansiyelin yeterince değerlendirilememesine neden olmaktadır. Bu kapsamda, özellikle ürün gamı oluşturma ve tasarım süreçlerindeki eksiklikler dikkat çekmektedir. Ürün çeşitlerinin sistematik şekilde belirlenememesi, hedef pazarlara uygun ürün tasarımlarının geliştirilememesi ve satış kanallarına yönelik profesyonel ürün görsellerinin hazırlanamaması, yöresel ürünlerin pazarlanabilirliğini ve marka değerini doğrudan zayıflatmaktadır. Bu doğrultuda, yöresel ürünlerin katma değerinin artırılması, markalaşma süreçlerinin güçlendirilmesi ve üreticilerin dijital pazarlama ile e-ticaret konularında kapasitelerinin geliştirilmesine yönelik teknik destek ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaç, yerel ekonominin canlandırılması, üreticilerin gelir seviyesinin artırılması ve Vezirköprü'nün yöresel ürünlerinin sürdürülebilir şekilde ekonomiye kazandırılması açısından büyük önem taşımaktadır.

2. ŞARTNAME HEDEFLERİ

Bu şartname, Vezirköprü yöresel ürünlerinin ulusal pazarda markalaşmasını ve sürdürülebilir bir satış kanalına kavuşmasını hedeflemektedir. Hizmet, stratejik danışmanlık ve yaratıcı tasarım uzmanlığının entegre biçimde yürütüldüğü bir yapıda tasarlanmış olup aşağıdaki sonuçların üretilmesi beklenmektedir:

Danışmanlık çıktıları (18 hafta): (a) Pazar ve rekabet analizi, üretici envanter değerlendirmesi ve hedef kitle tanımını içeren mevcut durum analizi raporu, (b) marka adı önerileri, değer önerisi ve konumlandırma çerçevesini kapsayan marka strateji belgesi, (c) logo (ana ve alternatif varyantlar), renk sistemi, tipografi kılavuzu, ürün gamı ve tasarımları, ambalaj ve etiket tasarım dosyaları (baskıya hazır) ile tüm bu unsurları bir arada sunan kurumsal kimlik kılavuzu (brand book), (d) kanal planı, içerik takvimi, fiyatlandırma ve dağıtım önerisi içeren pazarlama stratejisi raporu, (e) seçili e-ticaret platformlarında ürün listeleme için hazır platform kurulum rehberi ve örnek ürün sayfaları.



Eğitim çıktıları (2 gün / 10 saat): Yerel üretici, kooperatif üyesi ve belediye personelinin oluşan yaklaşık 20 katılımcı; marka stratejisi, görsel kimlik ve ambalaj okuryazarlığı, dijital pazarlama ve e-ticaret platformları gibi konularda uygulamalı eğitim alacaktır.

3. İŞİN KAPSAMI

Bu şartname kapsamındaki hizmet, birbirini besleyen iki uzmanlık akışından oluşmaktadır: stratejik danışmanlık ve yaratıcı tasarım geliştirme akışı ile kapasite geliştirme ve eğitim akışı. İki akış paralel yürütülmekle birlikte keşif aşaması her ikisine de zemin oluşturduğundan, işe başlangıç haftalarında öncelikli olarak tamamlanacaktır.

Stratejik danışmanlık ve yaratıcı tasarım geliştirme akışı; saha keşfi ve üretici analizini, marka konumlandırma çalışmasını, görsel kimlik sisteminin ve kurumsal kimlik kılavuzunun (brand book) hazırlanmasını, ürün gamının oluşturulması ve ürünlerin tasarlanmasını, ulusal pazara yönelik pazarlama stratejisinin geliştirilmesini ve e-ticaret satış kanalı altyapısının kurulmasını kapsamaktadır. Bu akış kapsamında üretilecek tüm çıktılar yüklenicinin iki kilit uzmanı arasında yetki alanına göre paylaştırılacak olup; stratejik çerçeveleme, üretici ekosistemine yönelik analiz ve pazarlama planlaması Kilit Uzman 1 tarafından; marka kimliği konsept geliştirme, görsel dil tasarımı, ambalaj/etiket kılavuzu ve ürün tasarımları ise Kilit Uzman 2 tarafından yürütülecektir. Nihai çıktıların entegrasyonu ve belediye yönetimine sunumu ortak sorumluluk kapsamındadır.

Kapasite geliştirme ve eğitim akışı; yerel üreticilere, kooperatif üyelerine ve ilgili belediye personeline yönelik 2 günlük (10 saat) uygulamalı eğitimi kapsamaktadır. Eğitim müfredatı, danışmanlık sürecinde elde edilen saha bulgularına dayandırılacak ve katılımcıların kendi ürünleri üzerinden doğrudan uygulama yapabileceği atölye formatında tasarlanacaktır. Yaklaşık 20 katılımcıya ulaşılması hedeflenmektedir. Eğitim programının ayrıntılı içeriği aşağıdaki tabloda, danışmanlık iş planı ve beklenen çıktılar ise ikinci tabloda sunulmaktadır.

EĞİTİM PROGRAMI (Eğitim talepleri için)	Konunun Hangi Günde İşleneceği	Konuya Ayrılacak Süre (Saat)	Konu Ele Alınırken Kullanılacak Yöntem (Sunum, Tartışma, Örnek Olay vb.)
1. Marka, Kimlik ve Yöresel Ürün Değeri			
1.1. Marka nedir? Marka değeri nasıl oluşturulur? Marka nasıl yönetilir?	1. GÜN	1,5	İnteraktif Sunum, Örnek olaylar
2. Kurumsal Kimlik ve Görsel İletişim			
2.1. Logo, renk paleti, tipografi: temel tasarım kararları	1. GÜN	1,5	İnteraktif Sunum, Örnek olaylar
3. Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya			

Yönetimi			
3.1. Sosyal Ağlar: içerik stratejisi ve hesap yönetimi, dijital pazarlama stratejisi ve yönetimi	1. GÜN	2	İnteraktif Sunum, Örnek olaylar
4.E-ticaret Platformları ve Satış Süreci			
4.1.Platform karşılaştırma: hesap açma ve ürün listeleme	2. GÜN	2	İnteraktif Sunum, Örnek olaylar
5.Uygulamalı Atölye: Ürününü Tanıt, Sat			
5.1. Kendi ürünü için marka kimliği taslağı oluşturma	2. GÜN	2	Uygulamalı
6. Sürdürülebilirlik ve Büyüme Stratejileri			
6.1. Kooperatif ve kolektif marka modelleri	2. GÜN	1	İnteraktif Sunum, Örnek olaylar
	Toplam Gün Sayısı: 2	Toplam Süre: 10 Saat	

DANIŞMANLIK İŞ PLANI (Danışmanlık Talepleri İçin)

Faaliyet	Hafta/Ay	Beklenen Çıktı
1. Mevcut Durum Analizi ve Üretici Keşfi	1-2. Hafta	Durum analizi raporu, üretici ve ürün envanter listesi, saha araştırması
2. Marka Stratejisi ve Konumlandırma, Pazarlama Stratejisi Geliştirme	3-5. Hafta	Marka strateji belgesi: marka adı önerileri, değer önerisi, hedef pazar tanımı, rekabet analizi, pazarlama strateji raporu: kanal planı, içerik takvimi, fiyatlandırma ve dağıtım önerisi
4. Ürün Gamı Oluşturma ve Tasarım	6-10. Hafta	Ürün çeşitlerinin tespiti, ürün tasarımı, satış kanalları için ürün

		görsellerinin hazırlanması
5.Pazarlama, E-ticaret ve Satış Kanalı Altyapısı	11-12. Hafta	Platform kurulum rehberi, örnek ürün sayfaları, aktif satış kanalı başvuru dosyaları, pazarlama planı
6. Eğitim Faaliyetleri ve Kapasite Geliştirme	13-14. Hafta	Eğitim müfredatı ve materyalleri, katılımcı imza listeleri, eğitimden fotoğraflar
7. Çalışma Çıktılarının Değerlendirilmesi, Nihai Raporlama ve Proje Kapanışı	15-18. Hafta	Teknik destek sonuç raporu, proje kapanış belgesi, katılım sertifikaları

4. LOJİSTİK VE ZAMANLAMA

4.1. Hizmetin sağlanacağı yer:

Vezirköprü/Samsun

4.2. Öngörülen başlama tarihi ve uygulama süresi

Öngörülen başlama tarihi 01/06/2026 olup uygulama süresi bu tarihten itibaren 5 ay olacaktır.

5. GEREKLİLİKLER

5.1. Hizmet Sağlayıcıdan Beklenen Nitelikler

Kilit Uzman 1 – Stratejik Danışman ve Proje Yöneticisi: En az lisans düzeyinde eğitim almış; işletme, iktisat, uluslararası ilişkiler, sosyal bilimler veya ilgili bir alanda akademik geçmişe sahip. En az 10 yıl süreyle stratejik danışmanlık, kurumsal gelişim veya inovasyon ekosistemi yönetimi alanlarında görev almış olmak; KOBİ geliştirme, bölgesel kalkınma ya da kamu destekli teknik destek programlarında (KOSGEB, kalkınma ajansı vb.) deneyim sahibi olmak zorunludur. Marka stratejisi, ürün konumlandırma ve pazarlama planlaması alanlarında danışmanlık deneyimi ile yerel üretici, kooperatif veya esnaf kuruluşlarıyla yürütülen projelerde görev almış olmak tercih sebebidir.

Kilit Uzman 2 – Marka ve Ürün Tasarımı Uzmanı: En az lisans düzeyinde eğitim almış; endüstriyel tasarım, grafik tasarım, görsel iletişim tasarımı veya ilgili bir alanda akademik geçmişe sahip, en az 10 yıl süreyle kurumsal kimlik geliştirme, marka tasarımı ve görsel iletişim alanlarında görev almış olmak; reklam veya yaratıcı ajans ortamında üst düzey yaratıcı yönetim (kreatif direktörlük, sanat yönetmenliği vb.) deneyimine sahip olmak; tüketici ürünleri, yöresel ürünler veya geleneksel el sanatlarına yönelik ambalaj ve etiket tasarımı konularında portföy sahibi olmak zorunludur. Marka kimliği kılavuzu (brand book) hazırlanması ve çok disiplinli kreatif ekiplerin yönetimi konularında deneyim tercih sebebidir.

5.2. Hizmet sağlayıcı tarafından temin edilecek ekipman ve olanaklar. Bu sözleşme kapsamında mal alımı yapılmayacaktır.

Hizmet sağlayıcı; danışmanlık sürecinde kullanacağı bilgisayar, yazılım lisansları ve ofis malzemelerini kendi temin edecektir. Eğitimler sırasında projeksiyon cihazı, sunum ekranı, basılı katılımcı el kitapları, diğer yazılı eğitim materyalleri, eğitim mekanı ve internet bağlantısı başvuru sahibi kurum tarafından sağlanacaktır.

20/04/2026

Av. Murat GÜL
Belediye Başkanı

