

27/07/2026

בקשה לקבלת מידע (RFI) לשירותי מיתוג מעסיק, תקשורת פנים ארגונית וניהול סושיאל
(להלן – "הבקשה")

1. כללי

- 1.1. מכבי שירותי בריאות ("מכבי") מעוניינת לקבל מידע על ספקים המציעים שירותי מיתוג מעסיק, תקשורת פנים ארגונית וניהול הסושיאל (להלן – "השירותים"), כמפורט בבקשה.
- 1.2. את המידע יש למלא על גבי מסמך של המציע ולשלוח אל **טלי רביד טרבוולסקי** לדואר אלקטרוני **ravidtra_t@mac.org.il** עד לתאריך **17.08.2026**.
- 1.3. מובהר בזאת כי מטרת הפרסום הינה **קבלת מידע** ואין לראות בכך כל התחייבות מצידה של מכבי לקיים מו"מ או לבחור ספק כלשהו ו/או להתקשר עם מי מהפונים.
- 1.4. מכבי שומרת לעצמה את הזכות לפרסם פנייה נוספת ו/או לפרסם בקשה להצעות מחיר ו/או לא להתקשר בהסכם כלשהו עם מי מהפונים.
- 1.5. מכבי שומרת לעצמה את הזכות לקיים פגישות הבהרה עם המשיבים ו/או לדחות את המענה ללא קיום פגישה, הכל בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי.
- 1.6. לאחר בחינת המידע והתרשמות, מכבי תעשה במידע (כולו או חלקו) זה כראות עיניה, לרבות שימוש לצורך כתיבת מפרטים, מכרז או מסמך דרישות כלשהן ו/או כל שימוש אחר. למוסר המידע לא תהיינה טענות בדבר זכויות יוצרים מכל מין וסוג שהם.
- 1.7. בקשה זו אינה בבחינת הזמנה להציע הצעות ואינה חלק מהליכי מכרז, לפיכך אין בה כדי ליצור מחויבות כלשהי כלפי איזה מבין המשיבים לה ואין מכבי מחויבת להתקשר עם מי מבין המשיבים כאמור ו/או לפרסם מכרז בנושא. הבקשה נועדה לקבלת מידע בלבד ובעקבותיה תשקול מכבי את המשך פעולותיה בהתאם לשיקולים מקצועיים וענייניים.
- 1.8. אם יתקיים הליך רכש נוסף בעתיד, תהא מכבי רשאית לשנות או להוסיף תנאים ודרישות מעבר לאשר פורט בבקשה זו – הכול לפי שיקול דעתה המקצועי הבלעדי ובהתאם לצרכיה כפי שיהיו מעת לעת.
- 1.9. פרסום הבקשה למידע אינו מבטל את זכותה של מכבי להמשיך התקשרויות קודמות בהתאם לשיקול דעתה הבלעדי, עם משיב מציע, ואין בעובדה שהמשיב התייחס במסגרת בקשה זו על מנת לבטל ו/או לשנות ו/או לגרוע מזכויות מכבי בהתאם להסכמים קודמים עמו, לרבות מימוש אופציות ככל שהן קיימות.

2. רקע

מכבי שירותי בריאות מבקשת לקבל מידע מספקים בעלי ניסיון במתן שירותי מיתוג מעסיק, תקשורת פנים ארגונית, ניהול סושיאל וקמפיינים לגיוס עובדים.

3. מטרות הפנייה

- מיפוי הספקים הפעילים בשוק.
- בחינת הניסיון והיכולות המקצועיות של הספקים בדגש על אספקת כלל השירותים.
- בחינת מודלי התקשרות ותמחור מקובלים.
- הכרת כלים טכנולוגיים ופתרונות חדשניים בתחום.

4. מידע כללי על החברה והניסיון

על המשיב לספק מידע מלא:

פרטי המשיב

- שם הספק, שנת הקמה, תחומי התמחות :

- וותק וניסיון במתן שירותי מיתוג מעסיק, תקשורת פנים ארגונית וניהול סושיאל בארץ – יש לפרט עבור כל תחום בנפרד :

- וותק וניסיון בעבודה מול ארגונים גדולים ומבוזרים – יש לפרט ארגונים ופרויקטים מרכזיים :

- מידע כללי על פרטי המשיב - כמות עובדים ופרופיל העובדים, מנהלי לקוחות, מחלקות מקצועיות (אסטרטגיה, קריאייטיב, דיגיטל, מדיה, סושיאל, מיתוג מעסיק ותקשורת פנים ארגונית וכו') –

5. המענה המבוקש - על המשיב להתייחס לכל אחד מהשירותים המופיעים בטבלה ולפרט ניסיון רלוונטי

דוגמאות לביצוע

<u>דוגמאות</u>	<u>פירוט ניסיון</u>	<u>נושא</u>
		פרט את הניסיון בהתייחסות לשירותים המפורטים, הכוללים הפעלת מחלקות מקצועיות בתחומי תכנון אסטרטגי, קריאייטיב, קופירייטינג, עיצוב, הפקה, פרפורמנס, ניתוח נתונים וגיבוש המלצות : • שירותי מיתוג מעסיק פנים וחוץ ארגוני, לרבות בניית אסטרטגיית מיתוג מעסיק, הקמה וניהול של קהילות שגרירים ושירותים נלווים. • ניהול עמודי סושיאל ומתן שירותי מחקר, הפקה, תכנון ורכש מדיה ברשתות החברתיות (פייסבוק, אינסטגרם ולינקדאין), לרבות קמפיינים לגיוס עובדים, בעצמו או באמצעות קבלן משנה מטעמו, על חשבונו ובאחריותו. • שירותי תקשורת פנים-ארגונית, לרבות בניית גאנטים, כתיבה ועיצוב תקשורים, יצירת תוכן והטמעת תוכניות ואסטרטגיות בערוצי התקשורת הקיימים בארגון.

6. דרישות שירותים מהמשיב

6.1 בעל יכולת לספק שירותי סושיאל, מיתוג מעסיק, קמפיינים לגיוס ושירותי ניהול קבוצת שגרירים כמפורט להלן :

נושא	התייחסות המשיב	פירוט ומתן דוגמאות
ניהול וליווי עמודי פייסבוק, לינקדאין ואינסטגרם	כן/לא	
גיבוש רעיונות לתוכן, בניית גאנט חודשי, כתיבה, עיצוב, העלאת תכנים, ניטור תגובות וקידום פוסטים.	כן/לא	
הקצאת רפרנט סושיאל בבית הלקוח לניהול הפעילות מול היחידות בארגון, איתור משתתפים לתכנים, תיאום צילומים והפקתם.	כן/לא	
הפקה, צילום ועריכה של לפחות שני סרטוני סושיאל בחודש.	כן/לא	
רכש מדיה לקידום תכנים בסושיאל באמצעות אשראי הספק.	כן/לא	
תכנון, הקמה, ניהול ובקרה של קמפיינים לגיוס, לרבות הגדרת מטרות, קהלי יעד, העלאת תכנים ואופטימיזציה שוטפת.	כן/לא	
יצירת קריאייטיב, כתיבה, עיצוב מודעות והגדרת קהלי יעד לכל קמפיין.	כן/לא	
הפקת דוחות, תובנות והמלצות לשיפור ביצועי הקמפיינים	כן/לא	
הקמה וניהול שוטף של קבוצת שגרירים, לרבות הגדרת יעדים, משימות ומדדי הצלחה.	כן/לא	
קיום סדנאות ייעודיות לאורך השנה במטרה להגביר את מעורבות העובדים, לחזק את התקשורת הפנים ארגונית ואת מיתוג המעסיק, ולהוביל את הפצת המסרים והיוזמות הארגוניות.	כן/לא	

6.2 בעל יכולת לספק שירותי תקשורת פנים ארגונית, לרבות:

נושא	התייחסות המשיב	פירוט ומתן דוגמאות
בניית אסטרטגיה וגאנטים חודשיים לכלל ערוצי התקשורת בארגון	כן/לא	
פיתוח רעיונות תוכן בהתאם ללוח השנה הארגוני	כן/לא	
יצירת פעילויות לחיזוק המחוברות הארגונית וגאונות היחידה	כן/לא	
כתיבה, אפיון ועיצוב תכנים עבור אפליקציית "מכבי בשבילי".	כן/לא	
ייזום, כתיבה, קופירייטינג ועיצוב של תקשורים פנים ארגוניים.	כן/לא	

6.3 בעל יכולת לספק שירותים שוטפים עבור מיתוג מעסיק, תקשורת פנים ארגונית וניהול סושיאל כמפורט להלן :

נושא	התייחסות המשיב	פירוט ומתן דוגמאות
בניית והעברת סדנאות, לרבות אפיון, הכנה, כתיבת תכנים והכנת מצגות.	כן/לא	
מתן שעות כתיבה ועיצוב לצרכים שוטפים	כן/לא	
הכנת מצגות ושקפים	כן/לא	

7. לקוחות ממליצים לשירותי מיתוג מעסיק, תקשורת פנים וסושיאל (יש למלא לפחות 2 ממליצים לכל תחום) :

שירות	לקוח	ותק נשוא הבקשה אצל הלקוח	תיאור הפרויקט והיקפו	איש קשר	טלפון
מיתוג מעסיק					
מיתוג מעסיק					
תקשורת פנים					
תקשורת פנים					
סושיאל					
סושיאל					

8. מסמכים

המשיב מתבקש לצרף :

- יש להציג את מודל התמחור המתאים בצורה מפורטת וכוללת ככל הניתן, בהתייחסות לכל הרכיבים הנדרשים בבקשה הצעת המחיר תכלול את כל העלויות לטובת אספקת השירותים המצוינים בבקשה, כולל אבני דרך ותמחור שעות במידה ונדרש.

- המלצות

- מצגות תכלית – ככל שיש.

- פירוט השירותים, התוצרים, לוחות הזמנים והכלים בהם נעשה שימוש.

8. המשך תהליך הבדיקה

- המשיב מתבקש לספק מענה לכלל סעיפי הבקשה
- הצעת המשיב תיבדק ובמידת הצורך תיכלל גם שיחה/פגישה עם גורם מקצועי, בכפוף לשיקול דעתה של מכבי.

נספח א'

מודל תמחור

נא למלא מחיר לכל שירות ומודל תמחור

תחום	פירוט	אומדן כמות	עלות מוצעת	מודל תמחור רלוונטי(ריטיינר/פרויקט/חודשי/ שעה/פריט)	הערות
סושיאל מיתוג מעסיק וקמפיינים לגיוס	ניהול פייסבוק, לינקדאין אינסטגרם	עשרה פוסטים בחודש ו- 2 סרטוני סושיאל			
	עמלת רכש מדיה לקידום תכנים בסושיאל	12%-15%			
	ניהול קמפיינים לגיוס	בין 10-15 קמפיינים בשנה			יש להפריד עלות ניהול קמפיינים מעלות הקראייטיב
	קראייטיב, כתיבה ועיצוב לקמפיין גיוס	תמחור לקמפיין			יש להפריד עלות ניהול קמפיינים מעלות הקראייטיב
תקשורת פנים	בניית אסטרטגיה וגאנט	למשך 10 חודשים			
	ניהול תכנים באפליקציית "מכבי" בשבילי" לעובדים	למשך 6 חודשים			ריטיינר דו חודשי
	תקשור: כתיבה ועיצוב	כולל איגרות מנכ"לית בחגים עד 30 תקשורים בשנה			
	סדנה				עלות ליחידה
כללי	שעת כתיבה				
	שעת עיצוב				
	עלות לשקף למצגת				הערה - עלות כוללת פר שקף המכילה: בניית הסיפור הנדרש במצגת, כתיבה, קופי, מיקרו קופי ועיצוב, כולל פגישות נדרשות (על כל 10 שקפים שעת פגישה)
	ניהול קבוצת שגרירים				הערה - עלות חודשית כוללת לניהול (מפגש חודשי בזום + מפגש פיזי כולל סדנה אחת לרבעון)