**卒中科普宣传视频制作参数**

**招标内容及要求**

（一）账号策划与定位

1. 深入了解医院、科室及卒中的特色、优势和服务内容，结合目标受众的需求和兴趣，制定具有针对性和差异化的账号定位和发展策略。

2. 设计吸引人的账号名称、头像、简介等元素，塑造独特的品牌形象。

（二）内容创作与制作

1. 围绕医院医院、科室及卒中的医疗服务、专家团队、健康科普、患者故事等方面，策划并制作高质量的短视频内容。

2. 确保短视频内容准确、科学、易懂，符合医疗行业规范和抖音平台的传播特点。

3. 运用创意手法和多样化的表现形式，如动画、实景拍摄、剧情演绎等，提高内容的吸引力和观赏性。

4.开设学科及个人两个运行账号，并对两个账号进行运行及相关科普视频制作、拍摄等。

（三）日常运营与管理

1. 负责短视频的每日发布，根据账号定位和受众特点，合理安排发布时间和频率。

2. 及时回复粉丝的评论和私信，处理用户反馈和投诉，维护良好的互动氛围。

3. 监测账号数据，分析粉丝增长、视频播放量、点赞数、评论数等关键指标，根据数据反馈优化运营策略和内容创作。

4.增设线上挂号咨询链接，实时进行维护及患者数据收集整理。

5.加强意识形态建设，及时监测了解运行账号过程中出现负面言论、影像及不符合党、国家政策要求不当言行。

（四）推广与传播

1. 制定有效的推广方案，利用抖音或其他新媒体平台的推荐机制、话题挑战、合作推广等手段，提高账号的曝光度和关注度。

2. 拓展外部合作渠道，与相关领域的抖音大V、医疗机构、健康媒体等进行合作，扩大账号的影响力和传播范围。

**服务期限**

本次招标的服务期限为2年；要求科室及专家双账号，以单账号服务进行月报价服务（如：\*\*/月×2×24月=总费用）。

**资格要求**

1. 投标人必须是在中华人民共和国境内注册的独立法人，具有有效的营业执照，经营范围包含信息咨询服务、广告策划、广告发布、摄像视频制作、企业形象策划等相关内容。

2. 投标人应具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，提供公司成立至招标前一个月的财务审计报告或财务报表。

3. 投标人具有医院或医疗健康领域的抖音运营案例，提供相关证明材料（如合同、案例截图、数据报告等）。

4. 投标人的运营团队应具备专业的短视频制作能力、丰富的抖音运营经验和医疗健康知识背景（需提供医学相关专业证书），团队成员不少于5人，提供团队成员名单及相关资质证明。

5. 投标人应具备完善的服务体系和质量保障措施，能够及时响应医院的需求和要求，提供优质、高效的服务。

**技术标应包含以下内容：**

1.科室及专家个人抖音账号运营方案，包括账号定位、内容策划、运营策略、推广计划等。

2.短视频创意案例展示，至少提供不少于10个不同类型的短视频案例，并说明其创意理念和制作过程。

3.团队成员介绍，包括成员的姓名、学历、专业背景、相关工作经验等，并提供相关证明材料。

4.数据分析与效果评估方案，说明如何进行数据监测和分析，以及如何根据数据反馈优化运营策略和内容创作。

5.服务保障措施，包括服务流程、质量控制、应急处理等方面的内容。

**报价要求**：

1.详细的服务价格清单，包括各项服务的收费标准、计费方式和总价。

2.价格构成说明，对各项服务费用的计算依据和合理性进行解释。