

**Riigihange:** „Kommunikatsioonitegevuste tellimine digiarengu valdkonna projektide elluviimise toetamiseks“

## **Tehniline kirjeldus**

### **1. Hanke eesmärk ja taust**

Eesti digiriigi üheks suurtest eesmärkidest on avalike teenuste digitaliseerimine ning parima digiriigi kasutuskogemuse saavutamine nii kodanike kui ettevõtjate jaoks<sup>1</sup>. Tulemuse saavutamiseks on digiriigi arengu valdkond loonud digiteadmiste täiendamiseks keskkonna Digiriigi Akadeemia ning avalike teenuste mugavamaks ja proaktiivseks tarbimiseks sündmusteenused. Lisaks panustatakse avaandmete kättesaadavusse ning tehisintellekti rakendamisse, et lihtsustada andmepõhiste otsuste tegemist ja vähendada arendusele ja haldusele kuluvat ressursi. Tellitavate kommunikatsiooniteenuste abil soovitakse kindlustada nimetatud projektide eesmärkide saavutamine.

**Digiriigi Akadeemia** näol on loodud keskkond, mille kaudu nii teenistujad kui ka kodanikud saavad omandada teadmisi digiriigiga seonduvatest mõistetest ja kontseptsioonidest. Tellitavate kommunikatsioonitegevuste eesmärgiks on kõnetada nii otsest kui ka kaudset sihtrühma digikompetentside arendamisega seotud vajadusest ja võimalustest. Lähiaastate vaates plaanib MKM Digiriigi Akadeemiat kui brändi laiendada e-kursuste pakkumiselt ka klassiruumikoolitustele, meistriklassele jt analoogsetele tegevustele, koondades digiriigi arendamisega seotud teadmiseid ühtsesse teadmusbassi ja toetades digiriigi arendamisest huvitatud kogukonna kasvamist. Kokkuvõtvalt soovitakse avalike teenistujate ja laiemalt Eesti tööelise elanikkonna seas kommunikatsioonitegevuste kaudu tekitada parem arusaam, millised teadmised ja oskused on vajalikud tulemaks edukamalt toime digiriigi arendamisega seotud väljakutsetega ning kuidas Digiriigi Akadeemia e-õppe ressursid saavad seda toetada. Lõpptulemina on kasvanud inimeste arv, kes peavad digikompetentside arendamist oluliseks ning on keskkonna aktiivsed kasutajad.

**Sündmusteenuste** eesmärk on muuta avalike teenuste kasutamine inimese jaoks võimalikult lihtsaks ja mugavaks. Digiühiskonna ja Eesti 2035 arengukavad on võtnud samuti suunaks, et kodanikule ja ettevõttele langeva bürokraatia vähendamine on järgmine Eesti digiühiskonna arenguhüpe avalike teenuste pakkumisel. Avalikud teenused peavad kasutajate jaoks olema mugavad ning efektiivsed – neil juhtudel, kus teenuse osutamine on kasutaja poolt oodatud ning andmed teenuse osutamiseks olemas, tuleks igal võimalikult juhul initsieerida teenuse osutamine asutuse poolt. Kodanike sündmusteenuste loomise üks kriteerium on mitme asutuse teenuse ühildamine. Sellest tulenevalt on vajalik saavutada töötav viis, kuidas teostada kommunikatsiooni asutuste üleselt - sisekommunikatsioon. Samuti on see vajalik personaalriigi vaatest, et üha enam asutusi oma teenustega teaksid ja sooviksid asuda arendama sündmusteenuseid.

**Avaandmed** ehk juurdepääsupiiranguteta andmed, mis on kõigile antud vabalt kasutamiseks. Eestis avaandmetena on kättesaadavaks tehtud<sup>2</sup> laiaulatuslikke kvaliteetseid andmestikke, mis sisaldavad infot riigi juhtimise, rahastamise, ruumilise asukoha, keskkonna ja muude valdkondade kohta. Kvaliteetsete andmete kättesaadavus soodustab innovatsiooni,

<sup>1</sup> Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. (2021). Digiühiskonna arengukava 2030.

<sup>2</sup> <https://avaandmed.eesti.ee/>

majanduskasvu ja läbipaistvust ning võimaldab kodanikel, teadlastel ja ettevõtetel kasutada andmeid paremate otsuste tegemiseks. Avaandmetes peidetud potentsiaali kasutamiseks peab levitama teadmisi selle valdkonna kohta, välja selgitama millised andmed avalikustatuna kõige suurema väärtuse looks ning tutvustama avaandmete kasutamise võimalusi. Majandus ja Kommunikatsiooni ministeeriumi poolt 2024.a tellitud uuring<sup>3</sup> näitas, et avaandmete mõiste ja valdkonna tuntus elanikkonna seas on suhteliselt vähene. Sellest lähtuvalt kommunikatsioonitegevused võiks olla üheks meetmetest elanikkonna ja äride teadlikkuse tõstmiseks.

Käesoleva hanke eesmärgiks on tellida kommunikatsioonitöid, mis toetavad digiarengu valdkonna tegevuste planeerimist ja elluviimist. Hanke eesmärkide täitmiseks tellitavad tööd on kirjeldatud HD Lisa 1 punktis 3.

## **2. Kommunikatsioonitegevuste sihtrühmad**

- 2.1. Kesk- ja kohalike omavalitsuste teenistujad, kelle igapäevane töö seondub digiriigi arendamise ja/või sellega seotud valdkondadega (nt teenuse omanikud).
- 2.2. Avaliku- ja erasektori töötajad, kes tunnevad huvi digiriigi arendamise või sellega seotud teemade vastu silmaringi arendamise ja/või professionaalse arengu eesmärgil.
- 2.3. Digiriigi arengust huvitatud kodanikud (sh tudengid, era- ja avaliku sektori töötajad ning teised valdkonnast huvitatud);
- 2.4. Ettevõtted, kes muuhulgas saavad (ava)andmeid kasutada ärilistel eesmärkidel, andmemajanduse edendamiseks.

## **3. Hanke eesmärkide täitmiseks hangitavad tegevused ja teenused**

- 3.1. HD Lisa 1 punktis 2 nimetatud sihtrühmade täpsustamine, kellele teavitustegevustega keskenduda, sh vajadusel persoonade loomine.

### **3.2. Kommunikatsioonitööd:**

#### **3.2.1. Strateegilise kommunikatsioonitegevuse osutamine, sealhulgas:**

- 3.2.1.1. Senise kommunikatsioonitegevuse ja võimaluste analüüs, eesmärkide ja mõõdikute sõnastamine ning põhisõnumite väljatöötamine;
- 3.2.1.2. Kommunikatsiooniplaanide koostamine nii avalikuks kommunikatsiooniks kui ka konkreetsetele sihtrühmadele suunatud sihitatud (sh sise)kommunikatsiooniks;
- 3.2.1.3. Üldine kommunikatsioonialane nõustamine (sh avalikeks esinemisteks sõnumite jm materjali ettevalmistamine, kõneisikute nõustamine, kõneisikute kommunikatsioonialane koolitamine);

---

<sup>3</sup> <https://avaandmed.eesti.ee/datasets/%22avaandmed-ja-andmete-uhelokordse-kusimise-pohimote%22-uuringu-alusandmed>

### **3.2.2. Kommunikatsiooniteenuse osutamine, sealhulgas:**

- 3.2.2.1. Kommunikatsiooniplaani elluviimine koostöös MKMi esindajatega, sh vajalike listide koostamine, kontaktide otsimine jms;
- 3.2.2.2. Ühekordsete teavituskampaaniate ettevalmistamine (sh kommunikatsiooni eesmärkide saavutamiseks vajalike sotsiaalmeediapostituste loomine, teksti- ja visuaaliloomed ning -toimetamine, infokirjade, pressiteadete, artiklite, tutvustustekstide koostamine jmt);
- 3.2.2.3. Audiovisuaalne sisuloomine, nt kommunikatsioonieesmäärke toetavate podcastide salvestamine, videote tegemine jmt.

### **3.2.3. Muud ühekordsed tööd (sh voldikute, bannerite jm materjalide koostamine, toimetamine, disainimine ning valmistamine).**

### **3.3. Teavituskampaaniate väljatöötamine ja elluviimine, sh**

- 3.3.1. Loovlahenduse väljatöötamine, sh turundussõnumid, visuaalid jm vajalik kampaania õnnestumiseks;
- 3.3.2. Meediastrateegia ja -plaani koostamine, meedia koordineerimine (sh avalik-õiguslikes kanalites), ostmine, järelevalve ja monitooring;
- 3.3.3. Vajadusel toetava meediatöö tegemine (sh PR-tegevuste läbiviimine);
- 3.3.4. Teavituskampaania mõõdikute kokkuleppimine Tellijaga, hiljem aruandlus kampaania edukuse mõõtmiseks;
- 3.3.5. Tervikliku kommunikatsioonikampaania elluviimine ja järelevalve.
- 3.3.6. Tegevuste ja kampaania tulemite dokumenteerimine protokollide, memode, aruannete ja muul tellijaga kokkulepitud kujul.

### **3.4. Kommunikatsiooni- ja turundusuuringute tegemine.**

3.5. Hankija võib tellida raamlepingu esemega seotud, kuid hanke alusdokumentides täpsustamata teenuseid, kui need on vajalikud konkreetse tellimuse eesmärgi saavutamiseks. Seotud teenusteks võivad olla erinevad turundus- ja kommunikatsioonitegevused, mille õnnestumise eelduseks on turunduse- ja kommunikatsiooni valdkonna teadmiste ja oskuste olemasolu.

3.6. Hankija tellib töid vajaduse tekkides jooksvalt. Punktides 3.1 – 3.4 märgitud tegevuste osas ei ole hetkel võimalik ette teada nende täpset jaotuvust.