

입찰공고문

1. 입찰에 부치는 사항

입찰명	○ 2024년 멕시코 K-FOOD 팝업 스토어 대행 용역
용역내용	○ 팝업 스토어 장소 임차 및 운영을 위한 현지 제반 허가사항 획득 ○ 팝업 스토어 존별 공간기획 및 공간 조성 ○ 팝업 스토어 존별 프로그램 운영 및 인력운영 총괄 ○ 팝업 스토어 매출 및 성과제고를 위한 온·오프라인 홍보 추진 등 * 세부내용은 붙임 제안요청서 참조
사업예산	○ 280백만원 * 부가세 등 관련세금 및 환차 등 포함
용역기간	○ 계약체결일로부터 2024.11.30.까지 * 종료일은 스토어 개설 시기에 따라 협의 조정 가능
입찰방법	○ 일반경쟁입찰(협상에 의한 계약)
정산방식	○ 총액계약 * 선금 지급 없이 중간 정산을 원칙으로 하되 불가피할 경우 본사 선금지급절차 준용 ** 붙임 정산기준 참조

2. 입찰일정

제안서 제출	○ 제출기한 : 2024.8.30(금) 16:00까지 도착분에 한함(LA 기준) ○ 제출방법 : 이메일 접수 ○ 제출처 : atcenterla@gmail.com / jjeehp@at.or.kr ○ 제출서류 : 제안서(발표자료), 가격입찰서 등
제안서 평가	○ 평가일시(예정) : 2024.9.3(화) / 업체별 별도 안내 * 변동 가능 - 기술평가(80%), 가격평가(20%)
계약체결	○ 평가 결과 1순위 업체부터 협상 후 계약체결

2024. 8. 14.

한국농수산물유통공사 LA지사장

[붙임 1] 제안서 작성순서

대행용역 제안서 작성순서

작성항목	작성내용
I. 제안개요	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 해당 과업에 대한 명확한 이해도 - 제안 목적 및 배경 - 제안 사항의 주요 개요 - 제안 내용의 특징 및 장점(타 위탁 대행사와의 비교우위) - 기대효과(정량·정석적) 및 목표
II. 사업추진계획 (자유양식)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 사업 추진 전략 및 세부내용 - 팝업스토어 장소 제안 - 팝업스토어 콘텐츠 및 공간디자인·기획 - 팝업스토어 공간 설치 및 구성 - 팝업스토어 운영 및 홍보계획 ※ 이외의 한국농식품 홍보를 위한 창의적 방안 추가 제안 가능
III. 사업관리	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 대행용역 운영 시 사업관리 방안 - 인력구성 방법(참여 전담인력, 전문가 투입 등) - 대내외여건을 고려한 사업성과 관리방안
IV. 일정계획	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 사업 추진일정 및 관리방안을 구체적으로 상세히 제시
V. 행사예산	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 예산의 배분 (백분율로 제시)
VI. 기타	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 기타 제안사항

* 위 내용을 참고하여 작성하되, 제안서의 형식이나 작성양식 등은 제한없음

** 작성항목 순서 변경 가능하며 제안사 판단 하에 내용 추가 및 변경 가능

[양식 1] 제안사 일반현황

제안사 일반현황

		등록번호	
회 사 명		대 표 자	
사 업 분 야		사업자번호	
주 소			
전 화 번 호		FAX 번호	
홈페이지 주소		E-mail	
회 사 설 립 연 도	년 월	자 본 금	
면 허 / 허 가 / 등록증 보유현황			
인력구성현황	총 명		
해 당 부 문 사 업 기 간	년 월 ~ 년 월 공고일 현재 (년 개월)		
주요 연혁(요약)			

[양식 2] 수행실적

유사 사업 수행실적

(단위 : USD)

번호	사업명	사업기간 ¹⁾	계약금액	발주처 ²⁾	용역 수행 범위

주 : 1) 최근 모집분야 관련 용역이행 완료 건을 연도순으로 기재

2) 공동계약의 경우 계약금액 총액을 기재하되 자사의 비율만을 괄호 안에 기재

[붙임 2] 사업비 정산기준

구분	세부내역	증빙 (★ 제출증빙)
임차비	○ 대형 쇼핑몰 또는 로드숍 180m ² 내외 공간	★ 계약서, 인보이스 등(번역 포함) - 임차기간, 면적, 금액, 제공내역, 대금지급방식, 취소 환급규정 등 ★ 이체확인증 등 영수증
대행용역비 (총액계약)	○ 일반관리비율 8% 및 이윤율(대행수수료) 10% 한도 * 근거 : 국가계약법 시행규칙 제8조	★ 대행사 결과 보고서, 검인수조서 - 검인수 내역으로 세부산출내역 이행점검표(양식 3)
인건비	○ 정직원 : 행사 사전 준비 및 현장 운영 인건비 * 대행사 소속 또는 현지 계약직원	○ [결과보고] 인력투입 내역 - 투입 인원, 역할, 기간 등 명시
	○ 보조인력 - 안내 및 운영요원, 통역요원, 단순 조리사 등 - 지원한도 : 현지인력 채용 단가표 참고(붙임 1) * 산업통상부 「해외전시회 통합 기준」 준용 ** 1일 8시간 초과 근무 시, 초과수당 지급 가능	★ 투입인력 점검표(보조인력)(양식 4) - 이름, 역할, 근무일시, 지급 금액 (초과수당 표시) 포함
장치	○ 장치비 : 조명, 전기설비 등 장비 ○ 시공비 : 행사장 구성, 장치물 제작 및 설치	○ [결과보고] 이행결과 및 사진
프로그램 운영	○ 행사 프로그램 섭외비(실비) - 인플루언서, 전문 셰프 등 * 금액이 큰 항목이므로 비용 증빙 제출(이행 확인)	○ [결과보고] 프로필, 투입내역 및 결과(실비) - 이력, 시간, 행사내용, 사진 등 ★ 인보이스 혹은 지급 영수증
	○ 바이어 초청비(실비) - 상담회, 상품설명회 참가를 위한 교통비	★ 인보이스 혹은 발권·지급내역(실비) * 원거리 초청 바이어에 한해 항공료(이코노미) 지원
	○ 식재료비 : 쿠키쇼, 시식시음, 전사용 식재료 구입비 ○ 비품 및 소모품비 : 물품 대여 및 구입 비용 * 자산구입 불인정	○ [결과보고] 이행결과 및 사진 - 시식, 전시물품 리스트
홍보	○ 홍보물 기획, 디자인 및 제작 - 기념품, 인쇄물, 홍보물, 명찰, 쇼핑백 등 - 행사 현장스케치 사진 촬영, 영상 제작 등	○ [결과보고] 제작내역 - 구매·제작물, 수량, 활용 내역 등 ○ 결과물(사진·영상 등) *필요시 별송
	○ 온·오프라인 미디어 홍보 - TV, 신문, 옥외광고, SNS 등 미디어 홍보비	○ [결과보고] 홍보 결과 - 매체, 홍보 기간, 방법, 홍보 효과 ○ 결과물(사진·영상 등) *필요시 별송
마케팅테스트 관련 비용 (입점업체 집행)	○ 해당국 수입식품 성분분석비, 신규제품 등록 비용, 주류 면허 허가 등 신규품목 취급에 필요한 관련 제반비용	★ 실질 발생비용 적용 - 공사가 요청한 마케팅테스트 품목에 한함 - 등록 결과서 등 관련 증빙 - 인보이스, 송금 또는 결제영수증 - 입점업체 집행 시 선지출 후 사후정산

* 소요예산 작성 시 위 항목 구분 기반으로 작성, 이외 기타 항목 추가 가능

** 표에 명시되지 않은 항목은 타수출지원사업 정산기준 준용

[양식 3] 세부산출내역 이행점검표

- 기존 세부산출내역서 양식 활용 가능하며, ‘이행점검’란 필수 작성
- 최종 계약 내역에 대한 항목별 이행 여부 및 수량을 중점적으로 점검

(단위: 천원)

비목	세부항목	계약당시				변경계약/비목변경(최종) ※ 최종 인보이스와 동일해야함					이행점검	비고
		단가 (a)	수량 (b)	단위	금액 (c=a×b)	단가 (d)	수량 (e)	단위	금액 (f=d×e)	조정내역		
장치비	부스시공 (3x3)	1,000	5	동	5,000	1,000	4	동	4,000	행사장 구성 변경 으로 부스 감소	○	
홍보비	기념품 제작	8	200	개	16,000	8	200	개	16,000	-	○	
인건비	보조인력	300	5	명	1,500	300	7	명	2,100	행사 규모 확대로 인력 증원	○	
...												

확인자 : (인)

[양식 4] 투입인력 점검표(보조인력)

- 이름, 역할, 근무일시, 지급 금액 포함(초과수당 표시, 지원한도 확인용)

(단위: 원)

순번	이름	업무	근무일시 (근무기준시간)	인건비		비고 (한도초과 사유 등)
				지급금액	지원한도 점검	
1	AAA	리셉션 행사요원	00 1530~2200 (6시간)	120,000	○	이상없음
2	BBB	셔틀버스 안내	00 800~1100 (3시간)	60,000	○	이상없음
3	CCC	등록데스크	00 930~1830 (8시간)	160,000	○	이상없음
4	DDD	상담일지 관리	00 930~2030 (10시간)	220,000	○	초과근무 수당지급
...						

확인자 : (인)

[붙임 3] 현지인력 채용 단가표

지역명		통 화	금 액	지역명		통 화	금 액
			(1인/일)				(1인/일)
유 럽	런던	GBP	165	아 시 아 · 대 양 주	마닐라	USD	170
	마드리드	EUR	250		멜버른	AUD	250
	뮌헨	EUR	200		방콕	USD	180
	밀라노	EUR	300		시드니	AUD	250
	부다페스트	EUR	250		싱가포르	SGD	300
	브뤼셀	EUR	200		자카르타	USD	160
	빈	EUR	200		쿠알라룸푸르	USD	160
	암스테르담	EUR	220		프놈펜	USD	200
	취리히	CHF	300		하노이	USD	160
	코펜하겐	USD	370		호치민	USD	170
	파리	EUR	220	일 본	나고야	JPY	20,000
	프라하	EUR	200		도쿄	JPY	22,000
	프랑크푸르트	EUR	200		오사카	JPY	20,000
	함부르크	EUR	200		후쿠오카	JPY	20,000
헬싱키	EUR	200	중 국	광저우	CNY	490	
북 미	뉴욕	USD		350	다롄	CNY	575
	달라스	USD		250	베이징	CNY	600
	디트로이트	USD		250	상하이	CNY	650
	로스앤젤레스	USD		430	선양	CNY	610
	마이애미	USD		250	청두	CNY	600
	밴쿠버	CAD		300	칭다오	CNY	550
	시카고	USD		350	톈진	CNY	650
	실리콘밸리	USD		300	타이베이	USD	180
	워싱턴	USD		300	항저우	CNY	600
	토론토	CAD	300	홍콩	USD	200	
중 남 미	과테말라	USD	150	중 동	도하	USD	200
	리우데자네이루	USD	250		두바이	USD	200
	멕시코시티	USD	190		리야드	USD	200
	상파울루	USD	245		이스탄불	USD	250

* 출처 : 산업통상자원부(제2018-56호) 해외전시회 통합운영 기준 별표 6-1. 전시디자인설치비 및 현지인력 채용 단가표

2024년 멕시코 K-FOOD 팝업스토어 대행 용역 제안요청서

I 제안개요

- 사업명 : 2024년 멕시코 K-FOOD 팝업 스토어
- 추진배경
 - 한국 농식품의 글로벌 수요에 대응, K-Food 관련 다각적 체험 제공이 가능한 복합 스토어를 통해 소비자변 확대 및 브랜드 가치 제고
- 추진목적
 - 한국 농식품의 신시장 수출 확대를 위해 신규 스토어 개소 및 운영을 통한 성과제고
- 계약기간 : 계약 체결일로부터 2024.11.30. 까지
 - ※ 종료일은 스토어 개설 시기에 따라 협의 조정 가능
- 사업예산 : 280백만원 * 부가세 등 관련 세금 및 환차 등 포함
- 명칭(안) : 글로벌 K-FOOD 팝업스토어 * 추진 시 변동
- 운영기간 : 2024년 10 ~ 11월 / 약 1개월 이내 * 추진 시 변동 가능
- 운영규모 : 180m² 내외 * 현지 여건에 따라 규모 변동 가능
- 과업내용
 - (B2B·B2C) 팝업스토어 기획, 홍보 장치설치·철거, 단기인력 운영, 존별 프로그램 운영, 사전·후 행사 홍보 및 이벤트 운영, 성과측정 설문조사 시행 및 결과보고 등
 - (기타) 언론보도, 온·오프라인 홍보 등 사업 관련 aT 요구사항

II

대행업체 선정계획

□ 용역명 : 2024년 멕시코 K-FOOD 팝업 스토어 대행용역

□ 계약방법 : 일반경쟁입찰(협상에 의한 계약)

□ 정산방식 : 총액계약

※ 선금 지급 없이 중간 정산을 원칙으로 하되 불가피할 경우 본사 선금지급절차 준용

□ 입찰공고 및 제안서 접수

○ 공고방법 : LA지사 일반공고(페이스북 및 웹사이트)

○ 공고기간 : 2024.8.14 ~ 8.30(금) / 16:00시까지(LA 기준)

○ 제안서접수 : atcenterla@gmail.com / jjeehp@at.or.kr(이메일 접수)

○ 문의처 : LA지사 박지현 대리(562-809-8810)

※ 제안서 제출 후 유선 확인 필수

□ 대행업체 선정

○ 기획재정부 계약예규(협상에 의한 계약체결 기준) 및 aT 협상에 의한 계약 제안서평가 기준 등 관련 규정 준용

○ 기술평가(80%) 및 가격평가(20%) 결과 고득점자부터 순차적 협상

○ 제안서 평가결과 기술평가 점수가 배점한도의 85% 미만이거나 투찰금액이 사업예산을 초과할 경우 협상 대상에서 제외

○ 평가항목

구분	평가항목	배점					세부 평가내용
		A	B	C	D	E	
기술 평가 (80)	사업수행계획 (20)	20	18	16	14	12	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업 이해도, 운영계획의 충실성 및 적정성 ○ 과업 수행을 위한 추진체계 적정성 등 ○ 과업 수행 일정의 적정성
	기술·지식능력 (20)	20	18	16	14	12	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기획 및 제안내용의 차별성 및 경쟁력 ○ 기획 및 연출의 적정성 및 수행실적 ○ B2B 및 B2C 유입 확대를 위한 행사 프로그램 기획력과 실행력
	인력·관리능력 (10)	10	9	8	7	6	<ul style="list-style-type: none"> ○ 과업 수행을 위한 전문인력 보유 현황 ○ 사업 추진을 위한 온·오프라인 운영 능력
	홍보수행능력 (10)	10	9	8	7	6	<ul style="list-style-type: none"> ○ 성공적 스토어 운영을 위한 홍보 방안 ○ 현지 인력 및 전문 네트워크 보유 수준 ○ 사전·사후 홍보 계획 및 SNS 홍보 전략
	성과분석·사후관리 (10)	10	9	8	7	6	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업 목표 수립 및 성과도출 방안의 적정성 ○ 성과분석 방안의 구체성 및 합리성 ○ 행사 피드백 계획 등
	안전관리·재난관 리 등 비상대책 수립(10)	10	9	8	7	6	<ul style="list-style-type: none"> ○ 안전·재난관리 방안의 현실성 및 구체성 ○ 비상대책 방안의 적절성 및 구체성 ○ 재난관리기관과의 협조체계 구축에 대한 적정성
가격평가(20)						<ul style="list-style-type: none"> ○ 입찰가격 평점산식을 적용하여 평가 - $20 \times (\text{최저입찰가격} \div \text{당해입찰가격})$ 	
합계(100)							

III 입찰관련 세부사항

□ 입찰 참가자격

- 해당사업 수행이 가능한 업체

□ 낙찰자 선정

- 제안서 평가결과 기술능력평가 배점한도(80점)의 85% 이상 득점 업체 대상 입찰가격 평가점수(20점)를 합산하여 고득점 순으로 협상순위 결정

※ 합산점수가 동일한 경우 기술능력 평가점수가 높은 순, 기술능력 평가점수도 동일한 경우 세부평가항목 중 배점이 큰 항목 점수가 높은 순으로 협상 순위 부여

□ 제안요청사항

- B2B 수출상담회 및 B2C 소비자체험 세부 추진계획
 - 행사장별 운영 컨셉 및 공간 구성 방안
 - 바이어 발굴 및 매칭, 소비자 체험행사, 홍보방법, 인력운영 등
 - 세부 프로그램 및 추진 일정, 성과측정 및 분석 방법
 - 최근 5년 유사사업 수행실적
 - 주요 항목별 소요예산(세부산출내역 포함) 등
- ※ 공정한 평가를 위해 제출되는 모든 제안서 내에 회사명 미표기 또는 음영처리

□ 제안서 제출 유의 사항

- 입찰참가자는 반드시 제안서의 정상 송신 여부를 확인하여야 하며, 미확인으로 발생하는 모든 책임은 입찰참가자에게 있으며, 미제출시 입찰 무효 처리됨
- 제안서 제출 시 계약담당자의 제안 관련 문의를 위하여 사업담당자 정보(이름, 전화번호 등)를 반드시 입력 후 메일 전송
- 본 제안요청서의 결과에 의한 계약은 계약예규, 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 등 관련 규정을 준수함
- 낙찰자로 결정된 이후에는 공동수급 구성원을 변경할 수 없음
- 계약상의 사업을 수행함에 있어 부실, 조잡 또는 부당하게 하거나, 부정행위를 한 경우 향후 사업의 참여 제한을 받을 수 있음

IV | 과업 세부사항

- (스토어 임차) 멕시코 시티 내 쇼핑몰 또는 단독건물 공간의 임차 및 제반허가 획득
 - 글로벌 관광객 및 현지인 등 유동객이 많고 집객도가 높은 쇼핑몰 또는 로드숍 대상으로 기존상권을 감안하여 팝업스토어 적합장소를 검토하되, 최소 180m² 규모 내외 임차

- 임차 장소의 판매, 조리, 시음, 시식 가능여부 제안서상 기재필수
- 임차비는 전체 소요예산의 최대 30%를 넘지 않을 것
- 제안사는 제안 장소의 임차 가능 여부에 대한 입증을 위해 임대 기업의 확인 레터 혹은 가 계약서 등 관련 증빙 제안서상 포함 제출
- 임차 공간 내 팝업스토어의 복합 기능 시행과 참관객, 입점사의 안전한 행사 추진을 위해 쇼핑물, 현지 당국 및 관련 기관의 허가 획득
- 제안서 내 팝업스토어 운영 관련 제한사항과 허가요건 검토내용 포함
- 유통매장 내 안전지침을 우선적으로 따르며, 시식·시음을 위한 사전허가 필수 및 화재보험, 상해보험 등 부보하여 안전관리 철저

<멕시코 유력 쇼핑물·로드숍 리스트>

장 소	주 소
Jalapa 141	Jalapa 141, Roma Nte., Cuauhtémoc, 06700 Ciudad de México, CDMX, Mexico
Prim 95	Calle Gral. Prim 95, Juárez, Cuauhtémoc, 06600 Ciudad de México, CDMX, Mexico
Plaza Satellite	Cto Centro Comercial 2251, Cd. Satélite, 53100 Naucalpan de Juárez, Méx., Mexico
Mundo E	Nº 1007, Perif. Blvd. Manuel Ávila Camacho Manzana 003, Hab Jardines de Santa Monica, 54055 Tlalnepantla, Méx., Mexico
Parque Delta	Av. Cuauhtémoc 462, Piedad Narvarte, Benito Juárez, 03000 Ciudad de México, CDMX, Mexico

※ 현지 여건상 건물 도면 등에 대한 사전 제공이 요구됨에 따라 대행사 선정 후 장소 확정 예정

□ (스토어 컨셉) 주요 방문층인 MZ세대 및 가족 소비자 공략이 가능한 젊고 트렌디함을 강조하는 디자인

- 선정방법 : 통일성을 위해 본사 주관 1호점 팝업 스토어(인도) 대행사 제안 브랜딩, 네이밍, 디자인 활용 예정

□ (스토어 조성) 스토어 존별 구성 및 기능 조성, 인테리어 공사

- 스토어 존별 공간기능과 디자인에 의거, 구조물, 집기 등의 제작, 배치, 설치로 공간 조성(전기·배수·경비·설치 등 제반공사 등 포함)
- 원활한 운영을 위한 적정규모의 창고시설 등 부대시설 조성

구 성(안)	주요기능	예상면적(m ²)
판매마켓존	라면, 스낵류, 음료, HMR, 소스류 등	36
F&B존	K-바비큐, K-카페, K-분식 등	36
마켓테스트존	마켓테스트용 신상품 제품 전시 및 소비자 설문 추진	18
플레이존	소비자 참여형 이벤트 공간 및 포토존	18
쿠킹존	B2C 쿠킹클래스 및 상품 조리 시연존	18
B2B존	바이어 온.오프라인 상담 가능 공간	18
기타	입구 및 방문객 동선, 적재공간, 휴게공간 등	36
총 계		180

※ 현지 여건에 따라 스토어 구성 및 규모 변동 가능

- 외벽 디자인, 설치 및 음향·조명·영상 등 일체 기획 및 제작·설치
- 모든 시설의 규격, 디자인 형태 또는 제작 등에 대한 구체적인 시설계획 수립과 이를 바탕으로 한 체계적인 공간조성 진행
- 소비자가 안전하게 이용할 수 있도록 현지 안전 관리법 준수 시공
 - 대규모 인원 집객에 대비한 동선계획 및 관리 철저
- 인테리어 물품, 장치 등 홍보관 관련 물품 운송·반입·반출(국외)
 - * 업무 효율화를 위해 필요시, 한국-현지국 간 홍보 장치물 등 해외 운송 가능
- 운영 시작 전 설치 완료하며 운영 기간 종료 직후 철거 진행
- 임대계약, 공공서비스료, 공과 잡비 등 대행사가 계약 후 처리

□ (스토어 운영) **존별 프로그램 운영, 입점업체 관리, CS 등 스토어 전반 운영**

- 존별 목적에 맞는 시식, 체험, 프로그램 운영을 위한 인력 배치
- 총괄 매니저 1인 상시 상주, 존별 최소 1인 이상 배치로 원활한 운영
 - 팝업스토어 운영인력에 대한 현지 모집, 교육, 운영관리 전반을 책임
- 세부존별 운영내용(안)

판매 마켓존	수입 바이어	<ul style="list-style-type: none"> ○ 참가기업은 aT에서 선정 예정이며, 제안사는 사업성과 제고를 위해 유망한 입점업체 발굴 등에 협조하고 현장 내 입점업체 운영지원 및 실적관리를 통해 성과제고 도모 - 팝업스토어 근거리 K-Food 상권 대상 사업설명을 통해 시장 육성취지에 대한 이해도를 제고 (현지 VAT 번호를 보유하며, 취급품목 최소 20개 이상, 현장에서 식품 판매가 가능한 업체 등)
-----------	-----------	---

F&B존	<p>현지 식당 또는 케이터링사 또는 식품프랜차이즈</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 참가기업은 aT에서 현지 식품판매업 등록이 되어있는 업체로 모집예정이며 제안서는 유의사항 등 운영 전반 사항 안내 및 존 운영 담당 - 한국 식재료가 반드시 포함된 메뉴를 해야하며, 업체별 판매메뉴가 서로 중복되지 않도록 조율하고 스토어 개소하는 쇼핑물 내 한식당 등을 우선 고려입점 - 일체의 조리기구는 참가기업에서 준비 예정이며, 냉장고, 온열기, 추가전력 등 추가 비품 등 해당 발생비용은 참가기업과 정산 ○ 구매한 음식의 좌식 혹은 입식 섭취가 가능공간 마련
마켓 테스트존		<ul style="list-style-type: none"> ○ 마켓테스트를 위한 국내 인기 가공식품 20개 이상 품목의 소싱 추진 ○ 입점 수입사 사전 제안을 통해 마켓테스트 제품 확정 ○ 제품 전시 및 시식 진행 - 전시제품 소개를 위한 네임택 제작 - 시식 행사를 위한 소모품(접시, 종이컵, 포크, 위생장갑 등) 준비 ○ 방문객 대상 제품 마켓테스트 설문조사 시행, 태블릿 PC 등 장치 준비 - 행사종료 후 설문결과 취합하여 수출업체, 수입사 대상 리포트 제공
플레이존		<ul style="list-style-type: none"> ○ 포토존, 체험 이벤트존, 경품 리워드존, 영상 상영존, 로블록스 체험관 등 구성 ○ 필요 시 전문 프로그램 운영을 위해 전문 인력을 별도 섭외 ○ 프로그램은 주말에 집중 추진하되 주중 상설 프로그램 운영 필요 ○ 홍삼, 발효식품, K-주류 Bar, K-비건 등 특별 전시관을 통해 한국 농식품 관련 스토리텔링 및 우수성 전달 ○ 구성을 위한 LED TV, 전자기기 등 임차
쿠��존		<ul style="list-style-type: none"> ○ 조리집기, 인덕션 등 쿠��클래스에 필요한 집기 준비 ○ 소비자 대상 쿠��클래스 프로그램 추진 공간으로 활용 ○ B2B 바이어 초청 상품설명회 및 시연 장소로도 활용(쿠��클래스용)
B2B존		<ul style="list-style-type: none"> ○ 상시 온라인 화상 상담 공간 및 오프라인 상담공간 조성 ○ 밴더, 바이어 등 방문 시 쿠��클래스, 상품설명회 등 B2B 프로그램 지원 ○ 일일상담결과 기록 등 B2B 지원 전문인력 배치

※ 세부 존별 운영사항은 대행업체 선정 후 기술협상 등을 통해 구체화

□ (홍보 마케팅) 팝업 스토어 성과제고를 위한 사전, 현장, 사후홍보 추진

- (홍보전략) 스토어 이슈화를 위한 단계별 홍보계획 수립 및 추진
 - 스토어 입점객 및 매출액 달성을 위한 홍보전략 기획 및 운영
 - 홍보 포인트 개발 및 메시지 발굴, 타겟층별 세부 프로그램 계획 수립
- (온라인) 팝업스토어 집객 홍보 및 이벤트 관련 모집, 선정 안내를 위한 전용 웹사이트 혹은 SNS 기획, 제작 및 콘텐츠 업로드 관리(주별 3회 이상)

- * 유튜버, 인플루언서 등 협력 라이브커머스 이벤트, 온라인 캠페인 추진 등
- ** 활용 가능 SNS채널 : 페이스북, 인스타그램, 틱톡 등 국가별 효과적인 채널 활용
- (영상) 사전 홍보를 위한 영상(1분)과 사후 스케치 영상(3분 이내) 2개와 사진(Professional Quality)을 촬영 및 편집하여 홍보활용 및 aT 제출
 - 영상은 촬영 전 aT와 스토리보드 협의가 필요하며, 방문객 인터뷰 등을 포함
- (언론미디어) 해외 미디어 매체별 홍보전략 수립 및 시행
 - 언론사, 라디오 등 다양한 현지매체에 팝업 스토어 홍보 보도자료 배포 및 식품 전문지 기자, 뉴스, 유관기관, 인플루언서 등에 초청장 발송
 - 팝업스토어가 위치한 쇼핑몰 내외부로부터 행사장 유입을 위한 옥외 광고, 온라인(SNS, 포털사이트 등) 광고 기획 및 시행
- (기념품) 일반 홍보물 및 기념품 굿즈(3종 이상) 등 콘텐츠 제작
 - 이벤트 참여자 대상 스토어 전용 기념품, 굿즈 디자인 및 제작 6,000개* 내외
 - ※ 주 평균 방문객 B2C 이벤트 참가자 2,000명 X 3주 / 개당 한도는 5,000원 내외
- 기타 홍보과업 운영에 수반되는 업무 전반
- (집객 이벤트) 스토어 이슈화 및 집객 증대를 위한 체험 프로그램 제안(바이어 초청, K-pop 스타 연관 콘텐츠 홍보, 쿠킹클래스 등) 및 추진 총괄
 - 소비자 및 방문객 참여 현장 체험 프로그램 기획 및 운영
 - 마켓테스트존, 플레이존, 쿠킹존 등 B2C용 공간을 활용해 팝업 스토어 집객을 유도하는 특별 프로그램 및 체류 확대를 위한 참여형 상시 프로그램 및 시식 이벤트 제안 및 운영
 - 이외에도 이벤트 참가자를 위한 리워드, 베네피트 제안가능

마켓테스트존 (상시운영)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 마켓테스트존 활용한 신상품 시음-시식행사(상시) 추진 및 설문조사 실시 ○ 방문객 대상 제품 마켓테스트를 위한 태블릿 PC 등 장치 준비 * 마켓테스트용 물품 조달은 입점수입업체를 통해 진행하며, 설문조사 양식은 aT제공 * 추진횟수 : 42회 이상(회당 최소 30명 대상 설문 일 2회 x 21일)
플레이존	<ul style="list-style-type: none"> ○ (상시) 포토존, 전시존, 경품리워드존, 시식존, 럭키드로우 등 ○ (특별) K-컬처(K-pop, K-Beauty 등) 연계 이벤트 등 * 추진횟수 : 6회 이상 (주 2회 x 3주, 회당 최소 50명 대상)

쿠킹존	<ul style="list-style-type: none"> ○ B2C 소비자대상 K-Food 활용 쿠킹클래스 추진공간 조성 및 운영 * 추진횟수 : 6회 이상 (주 2회 x 3주, 현지 웨프 등 제외하여 회당 20명 이상) ○ B2B 바이어 대상 상품설명회, 제품 시연, 쿠킹클래스 등 시행공간 조성 * 추진횟수 : 바이어 초청 상품설명회 혹은 쿠킹클래스 등 총 4회 이상
-----	--

○ B2B용 오프라인 프로그램 운영 및 B2B 상담존 운영

- 시연존 활용한 바이어 초청 상품설명회, 쿠킹클래스 등 프로그램 (단기) 제안 및 상담존 온라인 화상상담(상시) 추진 및 오프라인 상담 운영

B2B존	<ul style="list-style-type: none"> ○ (상시) 온라인 - 수출업체 온라인 화상상담 및 현장 대면상담 * 추진횟수 : 최소 10건 이상 매칭 ○ 화상상담 일정수립 및 추진, 사후 상담·계약 실적관리 등 전담 운영 ○ 쿠킹존에서 진행되는 바이어 초청 상품설명회, 시연, 쿠킹클래스 총괄관리
------	---

○ 이외 스토어 홍보·판촉을 위한 프로그램 제안 및 기획

- ★ 상기 제시된 최소과업 외에도 팝업스토어 방문자 유입을 위한 홍보방안 자유롭게 제시가능(판촉이벤트, 제안사 자체 또는 협력사 온·오프라인 채널 활용)

□ 사업운영 관리

- 위탁운영대행 과업에 대한 총괄 PM은 제안발표자로 하며 변동불가
- 계약체결 후 2주 이내에 착수보고회를 추진하고 사업추진 세부일정 보고
- 팝업스토어 오픈 이후 주 단위 운영현황 보고 추진
- 성과관리 : 매출액, 방문객, 언론보도, SNS 확산지수 외에 B2B 상담건수, 바이어 방문실적, 소비자 설문조사, 마켓테스트 품목 신규 입점 실적 등 주요 성과항목 중심 사업관리
- 주요성과, 사진, 동영상, 각종 기록물 및 수치실적 등 포함 결과보고서는 행사 종료 후 20일 내에 제출

□ 기타사항

- 과업에 제시된 행사 프로그램(안)은 입찰공고 예정가격을 고려하여 용역사에서 변경하여 제안할 수 있음
- 행사에 활용되는 영상, 이미지 콘텐츠 제작과 대여비용은 과업 비용에 포함

- 장치의 시공과 철거, 광고물 설치 등 행사 관련 준비사항 및 운영 일체는 임차한 쇼핑몰의 규정을 준수하여 진행
 - 운영상 필요한 모든 비품은 구매 또는 임대하고, 임대 비품은 행사종료 후 반납
- 행사 운영을 위한 인력의 출장비(한국↔멕시코)는 일정부분 집행 가능하며, 규모와 횟수 등은 aT와 사전협의해 추진
- 용역 수행 과정에서 생산된 각종 보고서, 분석 자료 등 모든 성과물에 대한 권리는 “aT”와 “계약상대자”가 공동소유하나, aT가 제공한 정보 및 자료에 대한 권리는 “aT”에 있음