

ZAPYTANIE OFERTOWE

1. Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia:

Przedmiot zamówienia, zwany dalej „zadaniem”, obejmuje zorganizowanie i przeprowadzenie szkolenia grupowego z zakresu rynku mediów, zwanego dalej „szkoleniem” dla 10 pracowników Ministerstwa Rozwoju i Technologii, zwanych dalej „uczestnikami szkoleń”.

Kod i nazwa zamówienia według Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):
80000000-4 – usługi edukacyjne i szkoleniowe.

2. Cel zadania:

Nabycie przez uczestników szkoleń wiedzy i umiejętności niezbędnych do zakupu, efektywnej realizacji i rozliczenia kampanii mediowych.

Uczestnicy powinni nabyć następujące umiejętności:

- umiejętność doboru narzędzi mediowych do realizowania kampanii reklamowych – na podstawie praktycznych ćwiczeń i przykładów,
- analiza efektywności kampanii reklamowych w odniesieniu do założonych celów,
- interpretowanie wskaźników mediowych.

3. Program i metody szkoleń:

Program szkolenia powinien koncentrować się na przygotowaniu uczestników szkoleń do zakupu, efektywnej realizacji i rozliczenia kampanii mediowych dla organów administracji publicznej i uwzględniać takie zagadnienia jak:

I. RYNEK MEDIÓW

ZAGADNIENIA OGÓLNE:

- Wydatki reklamowe
- Główni gracze na rynku mediów
- Trendy w konsumpcji mediów
- Grupy mediowe (charakterystyka z uwzględnieniem specyfiki poszczególnych mediów)

II. KAMPANIE REKLAMOWE W MEDIACH – NAJWAŻNIEJSZE ZAGADNIENIA

RADIO

- Optymalizacja kosztowa kampanii, specyfika planowania, zmienne w RadioTrack, ustawienia wskaźników, zasięg dzienny w kwadransach vs AŚK, rozliczenie kampanii

PRASA

- Badania czytelnictwa PBC, CPW czy CCS?, media plan prasowy, specyfika zakupu
- ZKDP – kluczowe dane, nakład vs rozpowszechnianie płatne razem

OOH

- Ustalanie liczby nośników i dobór formatów w zależności od celu kampanii, kluczowe czynniki przy wyborze tablic, cechy dobrego layoutu (case study przykłady dobrych/złych layoutów)

KINO

- Specyfika zakupu, akcje niestandardowe

TV

- Definicje wskaźników, które wskaźniki są najistotniejsze
- Proces planowania kampanii - jakie narzędzia plannerskie stosuje dom mediowy, a jakie Nadawca
- Specyfika zakupu cennik vs pakiet, od czego zależy dobór metody zakupu, grupy zakupowe poszczególnych nadawców, przeliczniki CPP na poszczególne grupy docelowe, ustalania budżetu kampanii, kryteria podziału GRP na poszczególne stacje, kryteria ustaleniu udziału PT i OFF, post-buy kampanii

ONLINE:

- Najnowsze trendy na rynku online w Polsce
- Badania Internetu – jakich obecnie badań używają agencje/domy mediowe – jakich danych dostarczają
- Aktualne formaty reklamowe
- Modele rozliczeniowe (FF, CPM, CPC, vCPM, CPV itd.)
- Narzędzia używane przez agencje do monitoringu i optymalizacji kampanii oraz jakich danych dostarczają, ustawienia kampanii – co można optymalizować
- Programmatic buying
 - 1st, 2nd, 3rd party data
 - możliwości targetowania
 - specyfika zakupu, programmatic vs zakup tradycyjny
 - modele rozliczeniowe optymalizacja budżetu kampanii
- Media społecznościowe
 - Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn
 - Trendy
 - Formaty reklamowe, możliwości targetowania, modele rozliczeniowe, optymalizacja i raportowanie
 - Planowanie i projektowanie komunikacji via Facebook
 - Jak ustawiać cele i KPI w social media
 - specyfika Twittera – od komunikacji organicznej do reklamy
 - jak prowadzić komunikację B2B na LinkedIn
 - jak mierzyć skuteczność komunikacji na FB
- Mailing
 - Specyfika zakupu, modele rozliczeniowe, kluczowe wskaźniki, open rate
- Mobile
 - Trendy, specyfika zakupu, formaty, modele, kiedy osobno kupujemy mobile, a kto oferuje oferty All screens
- Google Adwords
 - typy kampanii
 - modele rozliczeniowe (CPM vs CPC wybór modelu w zależności od celu kampanii)
 - GDN – stawki, optymalizacja budżetu, optymalna liczba kreacji
- Google Analytics
 - definicja najważniejszych parametrów, na które dane zwracać szczególną uwagę
 - prawidłowe definiowanie kampanii we współpracy z agencją
 - definiowanie Bounce Rate

- Koszty technologiczne kampanii
 - Składowe , kiedy ponosi je agencja, definiowanie wysokości kosztu
- Kody zliczające
 - Podstawowe informacje dotyczące kodów trackujących
- Ocena wskaźników kampanii
 - Średnie wartości CTR dla poszczególnych narzędzi
- Współpraca z influencerami

III. PLANOWANIE KAMPANII/WSPÓŁPRACA Z AGENCJĄ

- Rola agencji/domu mediowego, zasady efektywnej współpracy.
- Briefing – kluczowe informacje, jakich potrzebuje agencja
- Strategia mediowa
- Definiowanie budżetu kampanii
- Podział budżet kampanii na poszczególne media na podstawie dostępnych badań
- Planowanie kampanii TV
 - Ćwiczenia z wyliczaniem wskaźników oraz media planem
- Planowanie kampanii Online
 - Ćwiczenia – podział budżetu na poszczególne narzędzia, określanie KPI, dobór najlepszego modelu rozliczeń
 - Ćwiczenie - Optymalizacja kampanii na przykładzie narzędzi Google

IV. ORGANIZACJA PRZETARGÓW NA PLANOWANIE I ZAKUP MEDIÓW

- Organizacja przetargów reklamowych – jak to robi rynek, dobre praktyki SAR
- Wynagrodzenie agencji
- Rynkowy system rabatowy a prawo zamówień publicznych
- Transparentność rozliczeń
- Jak konstruować formularz ofertowy (kosztowy) zgodnie z prawem zamówień. Stopień szczegółowości formularza
- Optymalizacja kampanii vs oferta wykonawcy
- Dyskusja, Q&A

Szkolenie powinno być realizowane z użyciem metod aktywizujących, np. ćwiczeń, zadań praktycznych, case study, dyskusji, podziału na pokoje etc.

Trener lub trenerzy powinni posługiwać się narzędziami usprawniającymi przekazywanie wiedzy online.

Ostateczny program szkolenia zostanie ustalony z Zamawiającym, zgodnie z pkt 7.

4. Trener:

Wykonawca przedstawi wykształcenie oraz doświadczenie zawodowe trenera/trenerów do realizacji szkoleń. Minimalne wymagania dotyczące wiedzy i doświadczenia trenera zostały określone w ust. 9 Zapytania Ofertowego.

5. Uczestnicy szkoleń:

1. Maksymalna liczba uczestników szkoleń: 10.

6. Organizacja szkoleń:

1. Termin: 1 miesiąc od dnia zawarcia umowy z Wykonawcą.
2. Wykonawca zaproponuje 2 terminy szkoleń do wyboru przez Zamawiającego. Terminy szkoleń powinny obejmować wyłącznie dni od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy.
3. Szkolenie będzie realizowane w godzinach 8:30-16:30. Dzień szkolenia będzie trwał min. 6 godzin szkoleniowych, gdzie 1 godzina szkoleniowa wynosi 60 minut. Wykonawca zapewni podczas szkolenia dwie przerwy krótkie – każda trwająca 10 minut oraz jedną przerwę długą (obiadową) – trwającą min. 30 minut.
4. Miejsce szkolenia: platforma szkoleniowa zapewniona przez Wykonawcę.
5. Czas trwania szkolenia: 4 dni szkoleniowe.
6. Trenerzy: zgodnie z ofertą Wykonawcy.

7. Zobowiązania Wykonawcy:

1. Uzgodnienie z Zamawiającym terminów realizacji szkolenia.
2. Przygotowanie programu szkolenia i przedstawienie do akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zastrzega możliwość konsultowania programu szkolenia z Wykonawcą przed rozpoczęciem szkolenia. Wykonawca uzyska pisemną akceptację programu szkolenia od Zamawiającego najpóźniej 2 dni robocze przed rozpoczęciem szkolenia.
3. Przygotowanie i uzgodnienie z Zamawiającym treści i formy materiałów szkoleniowych. Wykonawca uzyska pisemną akceptację treści i formy materiałów szkoleniowych od Zamawiającego najpóźniej 2 dni robocze przed rozpoczęciem szkolenia.
4. Przekazanie Zamawiającemu jednego egzemplarza materiałów szkoleniowych, o których mowa powyżej, w wersji papierowej.
5. Przeprowadzenie szkolenia w oparciu o program szkolenia zaakceptowany przez Zamawiającego.
6. Prowadzenie listy obecności uczestników szkoleń.
7. Zapewnienie trenera zaakceptowanego przez Zamawiającego.
8. Wydrukowanie materiałów szkoleniowych i przekazanie ich każdemu uczestnikowi szkolenia na początku szkolenia.
9. Przekazanie uczestnikom szkoleń do wypełnienia Arkusza Indywidualnej Oceny Szkolenia, zwanego dalej „AIOS” pod koniec szkolenia. Wzór AIOS zostanie przekazany Wykonawcy przez Zamawiającego na wskazany przez niego adres e-mail przed rozpoczęciem szkolenia.
10. Przygotowanie i przekazanie wszystkim uczestnikom szkoleń imiennych zaświadczeń o ukończeniu szkolenia (zaświadczenie powinno zawierać: temat, termin, imię i nazwisko uczestnika szkolenia, imię i nazwisko trenera, a także podpis i pieczęć wykonawcy szkolenia). Wykonawca uzyska pisemną akceptację wzoru zaświadczenia od Zamawiającego najpóźniej 2 dni robocze przed rozpoczęciem szkolenia.
11. Przesłanie Zamawiającemu nie później, niż w ciągu 3 dni roboczych po zakończeniu szkolenia raportu w wersji elektronicznej. Raport będzie zawierał:
 - a) skan listy obecności, o której mowa w pkt 7. 6,
 - b) skany zaświadczeń, o których mowa w pkt 7.10,
 - c) raport ewaluacyjny, opracowany na podstawie wyników AIOS. Wzór raportu ewaluacyjnego w formacie MS Excel 2010 zostanie przekazany Wykonawcy przez Zamawiającego niezwłocznie po zawarciu umowy.

8. Koszty:

1. W ofercie należy zawrzeć koszt:

netto = brutto za realizację całego zadania
2. Udział w szkoleniu stanowić będzie usługę kształcenia zawodowego dla pracowników Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii finansowaną w całości ze środków publicznych, w rozumieniu art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. z 2020 r., poz. 106, 568, 1065, 1106, 1747).
3. Zamawiający nie pokrywa kosztów związanych z usługami logistycznymi (zwłaszcza dojazdu, noclegu i żywienia) dla trenera.

9. Warunki udziału w zamówieniu:

1. O udział w postępowaniu mogą ubiegać się podmioty, które spełniają następujące warunki:
 - a) posiadają minimum 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu działalności szkoleniowej, w tym w ciągu ostatnich 12 m-cy przed terminem złożenia oferty wykonały co najmniej 5 usług dla różnych podmiotów, polegających na zorganizowaniu i przeprowadzeniu szkoleń dla łącznie minimum 50 uczestników,
 - b) przedstawiają minimum 3 referencje wystawione przez zleceniodawców,
 - c) przedstawiają propozycję programu szkolenia,
 - d) dysponują pracownikami lub współpracownikami dającymi rękojmię należytej realizacji programu szkolenia, posiadającym minimum 3-letnie doświadczenie w realizacji szkoleń z zakresu rynku mediowego, w tym w ciągu ostatnich 2 lat od dnia złożenia oferty przeprowadził co najmniej 10 szkoleń z zakresu przedmiotu zamówienia.
2. Do oferty należy dołączyć:
 - a) CV trenerów zawierające informacje o wykształceniu i doświadczeniu zawodowym oraz wykaz przeprowadzonych przez nich szkoleń,
 - b) wypełniony Załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego na potwierdzenie wymagania, o którym mowa w pkt 9.1.1 oraz 9.1.3,
 - c) referencje otrzymane od wcześniejszych zleceniodawców,
 - d) szczegółowy program szkolenia w zakresie zagadnienia z pkt 3.II Kampanie reklamowe w mediach -> ONLINE -> media społecznościowe.

10. Kryteria oceny ofert:

Oferty podlegać będą ocenie według poniższych kryteriów:

1. kryterium: cena – 60 proc. (maksymalnie 60 pkt).
punkty za kryterium „cena” zostaną obliczone według wzoru:

Cena najtańszej oferty
----- x 60 = liczba uzyskanych punktów
Cena badanej oferty
2. Kryterium: doświadczenie trenera – 20 proc. (maksymalnie 20 pkt)
Za każde szkolenie zrealizowane przez trenera z zakresu rynku mediowego, wykraczające poza liczbę określoną w pkt. 9.1 lit. c zostanie przyznanych 5 punktów, przy czym maksymalna liczba punktów nie przekroczy 20.
W przedmiotowym kryterium oceniana będzie liczba szkoleń z zakresu rynku mediowego przeprowadzonych, w okresie dwóch lat przed upływem terminu składania ofert.
Ocenie będzie podlegać liczba szkoleń wykraczających poza liczbę określoną w treści pkt. 9.1.lit c. Ocena zostanie dokonana w oparciu o informacje zamieszczone przez Wykonawcę w formularzu ofert – stanowiącym załącznik nr 1 do OPZ. Ocenie będzie podlegać doświadczenie wyłącznie jednego trenera, który spełnia warunki określone w OPZ. W sytuacji wskazania przez Wykonawcę większej liczby trenerów Zamawiający oceni jednego trenera, który spełni warunki określone w OPZ i który przeprowadził największą liczbę szkoleń z zakresu rynku mediowego.
3. Kryterium: ocena propozycji szczegółowego programu części szkolenia w zakresie zagadnienia z pkt 3.II: Kampanie reklamowe w mediach -> ONLINE -> media społecznościowe – 20 proc. (maksymalnie 20 pkt).
Wykonawca przygotowuje szczegółowy program fragmentu szkolenia w zakresie mediów społecznościowych. Program powinien zawierać rozkład zagadnień i informację o sposobie przedstawienia treści i używanych narzędziach internetowych.
Wykonawca prześle program w pliku pdf.
4. Komisja oceni program szkolenia, według następujących wskaźników:
 - a) atrakcyjności programu – maksymalnie 5 punktów;
 - b) sposobu zaangażowania uczestników szkolenia (opis poszczególnych metod i narzędzi aktywizujących) - maksymalnie 5 punktów;
 - c) przejrzystości i spójności programu – maksymalnie 4 punkty;
 - d) zaproponowanie co najmniej dwóch case studies dostosowanych do specyfiki Zamawiającego (administracja publiczna) – maksymalnie 3 punkty za każde case study, w zależności od atrakcyjności i dostosowania do potrzeb Zamawiającego – maksymalnie 6 punktów.

Jeśli Wykonawca, w którymś ze wskaźników, otrzyma ocenę niższą niż 3 punkty – wówczas jego oferta nie będzie brana pod uwagę.

5. Do realizacji szkoleń zostanie wybrany Wykonawca, który otrzyma najwyższą liczbę punktów łącznie ze wszystkich kryteriów.

11. Informacja o przetwarzaniu danych osobowych:

Realizując obowiązki informacyjne wynikające z przepisów o ochronie danych osobowych, uprzejmie informujemy, że:

1. Administratorem Państwa danych osobowych przetwarzanych w związku z prowadzeniem postępowania o udzielenie zamówienia publicznego będzie Minister Rozwoju i Technologii, z siedzibą przy Pl. Trzech Krzyży 3/5, 00-507 Warszawa. Mogą się Państwo z nami kontaktować listownie na ww. adres, lub poprzez adres mailowy: kancelaria@mrit.gov.pl lub skrytkę ePUAP: /MRPiT/SkrytkaESP.
2. Administrator powołał Inspektora Ochrony Danych, z którym mogą Państwo kontaktować się w sprawach przetwarzania danych osobowych oraz korzystania z praw związanych z przetwarzaniem danych, poprzez adres mailowy IOD@mrit.gov.pl
3. Państwa dane będą przetwarzane w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego. Podstawą prawną ich przetwarzania jest ustawa z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 2019, z późn. zm.) oraz ustawa z dnia 14 lipca 1983 r. o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (Dz. U. 2020 r. poz. 164).
4. Państwa dane pozyskane w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego przetwarzane będą przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia.
5. Państwa dane pozyskane w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego mogą zostać ujawnione właściwym organom lub zainteresowanym podmiotom (w tym z państw trzecich), w zakresie przewidzianym przepisami prawa. Ponadto odbiorcą danych zawartych w dokumentach związanych z postępowaniem o zamówienie publiczne mogą być podmioty, z którymi MRiT zawarł umowy lub porozumienie na korzystanie z udostępnianych przez nie systemów informatycznych w zakresie przekazywania lub archiwizacji danych. Zakres przekazania danych tym odbiorcom ograniczony jest jednak wyłącznie do możliwości zapoznania się z tymi danymi w związku ze świadczeniem usług wsparcia technicznego i usuwaniem awarii. Odbiorców tych obowiązuje klauzula zachowania poufności pozyskanych w takich okolicznościach wszelkich danych, w tym danych osobowych.
6. W odniesieniu do danych osobowych pozyskanych w związku z prowadzonym postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego przysługują Państwu następujące uprawnienia:
 - a) prawo dostępu do swoich danych oraz otrzymania ich kopii – w przypadku korzystania z tego uprawnienia zamawiający może żądać od osoby występującej z żądaniem wskazania dodatkowych informacji, mających na celu sprecyzowanie nazwy lub daty zakończonego postępowania o udzielenie zamówienia,
 - b) prawo do sprostowania (poprawiania) swoich danych, przy czym, skorzystanie z uprawnienia do sprostowania lub uzupełnienia nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia ani zmianą postanowień umowy w sprawie zamówienia publicznego w zakresie niezgodnym z ustawą, a także nie może naruszać integralności protokołu postępowania oraz jego załączników,
 - c) prawo do usunięcia danych osobowych, w sytuacji, gdy przetwarzanie danych nie następuje w celu wywiązania się z obowiązku wynikającego z przepisu prawa lub w ramach sprawowania władzy publicznej,
 - d) prawo do ograniczenia przetwarzania danych, przy czym przepisy odrębne mogą wykluczyć możliwość skorzystania z tego prawa. W postępowaniu o udzielenie zamówienia zgłoszenie żądania ograniczenia przetwarzania nie ogranicza przetwarzania danych osobowych do czasu zakończenia tego postępowania,

- e) prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.
7. Podanie danych osobowych w związku udziałem w postępowaniu o zamówienia publiczne nie jest obowiązkowe, ale jest warunkiem niezbędnym do wzięcia w nim udziału.

12. Zasady wyboru Wykonawcy:

1. W celu zapewnienia porównywalności wszystkich ofert, Zamawiający zastrzega sobie prawo do skontaktowania się z oferentami, w celu uzupełnienia lub doprecyzowania ofert.
2. Zamawiający przewiduje możliwość wprowadzenia zmian do zawartej umowy, polegających na przedłużeniu terminu obowiązywania umowy o maksymalnie 3 miesiące.
3. Ministerstwo Rozwoju i Technologii zawiera umowy na podstawie własnych wzorów umów stosowanych w Ministerstwie Rozwoju i Technologii.
4. Zamawiający informuje, że nie uiszcza zaliczek na poczet realizacji zadania. Płatność jest dokonywana po zrealizowaniu zadania na podstawie umowy zawartej z Wykonawcą.
5. Niniejsza oferta nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu Cywilnego, jak również nie jest postępowaniem o udzielenie zamówienia w rozumieniu przepisów Prawa zamówień publicznych oraz nie stanowi zobowiązania Ministerstwa do przyjęcia którejkolwiek z ofert.
6. Zamawiający zastrzega, że dane dotyczące realizacji zadania są jawne oraz stanowią informację publiczną i mogą zostać udostępnione na zasadach określonych w ustawie z dnia 6 września 2001 roku o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2020 r., poz. 2176).

13. Termin i forma składania ofert:

1. Oferty należy przesłać w wersji elektronicznej do 15 grudnia 2021 r. na adres e-mail: Olga.lwanska@mrit.gov.pl
2. Do oferty należy dołączyć:
 - a) CV trenerów zawierające informacje o wykształceniu i doświadczeniu zawodowym oraz wykaz przeprowadzonych przez nich szkoleń,
 - b) wypełniony Załącznik nr 1 do Zapytania Ofertowego na potwierdzenie wymagania, o którym mowa w pkt 9.1.a) oraz 9.1.c), wraz z referencjami o których mowa w pkt 9.1 a),
 - c) szczegółowy program szkolenia w zakresie zagadnienia z pkt 3.II Kampanie reklamowe w mediach -> ONLINE -> media społecznościowe.
3. Termin liczony od daty wpływu dokumentacji na skrynkę mailową osoby do kontaktu ze strony Zamawiającego.

14. Kontakt:

Olga Iwańska-Kruszewska,
email: Olga.lwanska@mrit.gov.pl, tel. 22 411 92 72.
Biuro Dyrektora Generalnego
Ministerstwo Rozwoju i Technologii
Pl. Trzech Krzyży 3/5
00-507 Warszawa