Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

**Prowadzenie komunikacji w mediach społecznościowych**

**(Facebook, Linkedin)**

**dla punktu informacji dla przedsiębiorcy**

**dostępnego pod adresem** [**www.biznes.gov.pl**](http://www.biznes.gov.pl)

SZACOWANIE WARTOŚCI ZAMÓWIENIA

# Przedmiot zamówienia

Zamówienie dotyczy prowadzenia fanpage na Facebook dla serwisu informacyjno-usługowego dla przedsiębiorcy dostępnego pod adresem [www.biznes.gov.pl](http://www.biznes.gov.pl) oraz profilu na Linkedin pod adresem https://www.linkedin.com/company/biznes-gov-pl.

Fanpage na FB jest prowadzony przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii, od 2014 do lutego 2019 był administrowany przez partnera projektu Krajową Izbę Gospodarczą. W latach 2017-2018 na fanpage były prowadzone płatne działania reklamowe w ramach realizowanej umowy na przeprowadzenie działań promujących serwis.

Główny kod CPV: 79.34.22.00 – usługi w zakresie promocji

# Kontekst zamówienia

Serwis Biznes.gov.pl był rozwijany w ramach projektu realizowanego w latach II 2016 - II 2019 pn. **„Rozwój Pojedynczego Punktu kontaktowego trzeciej generacji”**. Projekt jest realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa, działanie 2.1 „Wysoka dostępność i jakość e-usług publicznych”, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Zadaniem serwisu biznes.gov.pl rozwijanego w ramach realizowanego projektu jest umożliwienie dopełnienia procedur oraz formalności niezbędnych do podjęcia i prowadzenia działalności gospodarczej, a także uznawania kwalifikacji zawodowych w ramach zawodów i działalności regulowanych, w sposób łatwy i intuicyjny, drogą elektroniczną. Wynika to z wymagań implementacji Dyrektywy 2006/123/WE oraz Dyrektywy 2005/36/WE w sprawie uznawania kwalifikacji zawodowych. Głównym użytkownikiem Serwisu są przedsiębiorcy samodzielnie prowadzący działalność gospodarczą oraz firmy sektora MŚP. Serwis udostępnia informacje o obowiązujących procedurach administracyjnych oraz umożliwia ich dopełnienie drogą elektroniczną.

W ramach projektu prowadzony jest **serwis** [**www.biznes.gov.pl**](http://www.biznes.gov.pl), w którym prezentowane są następujące treści:

- informacyjne – opisy procedur, interpretacje prawne, wzory wniosków i formularzy, odpowiedzi na pytania, wizytówki urzędów;

- interakcyjne – możliwość zadania pytania do Centrum Pomocy, kreatory treści i procedur tzw. interaktywne poradniki przedsiębiorcy, możliwości przygotowania formularzy i wniosków on-line;

- transakcyjne – elektroniczna (on-line) możliwość wysłania wniosku do danego urzędu oraz dalsza realizacja procedur – odebranie pisma z urzędów i udzielenie odpowiedzi.

Podejmowane były różnorodne działania komunikacyjne, zmierzające do podniesienia wśród społeczeństwa poziomu wiedzy i świadomości na temat serwisu biznes.gov.pl. Działania te prowadzone są na podstawie zapisów zawartych w [*Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji*.](https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/media/6301/9_07_2015_Podrecznik_wnioskodawcy_i_beneficjenta_info_promo.pdf) Podejmowane działania miały charakter informacyjno-promocyjny (m.in. publikacja treści na stronach internetowych, udział w targach, prowadzenie mediów społecznościowych, publikacja artykułów prasowych) oraz edukacyjny (konferencje, szkolenia, warsztaty informacyjne prowadzone dla przedsiębiorców i koordynatorów serwisu).

Serwis biznes.gov.pl oferuje również pomoc poprzez Centrum Pomocy Przedsiębiorcy <https://www.biznes.gov.pl/centrum-pomocy>, które udziela informacji o tym, w jaki sposób założyć i prowadzić działalność gospodarczą. Przedsiębiorca może zadać pytanie w formie elektronicznej, na które odpowiadają konsultanci, eksperci z właściwych urzędów administracji publicznej oraz instytucji otoczenia biznesu.

# Zamawiający

Zamówienie jest realizowane na rzecz Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii.

# Założenia i cele zamówienia

Głównym celem zamówienia jest zachęcenie użytkowników serwisu biznes.gov.pl do korzystania z e-usług udostępnianych w serwisie oraz wzrost świadomości istnienia serwisu biznes.gov.pl wśród poszczególnych grup docelowych.

**Główny komunikat**

Główny komunikat, od którego powinny wychodzić działania komunikacyjne: Biznes.gov.pl to portal, który pomaga i podpowiada przedsiębiorcom, jak realizować usługi online, udostępniając im skuteczne narzędzia w Internecie.

**Grupy docelowe**

1. Osoby planujące założenie własnej firmy.

Potrzeby grupy:

* Informacja o najdogodniejszej formie prowadzenia działalności gospodarczej oraz formalności związanych z prowadzeniem biznesu.
* Informacja o wymogach prawnych występujących w Polsce, związanych z rozpoczęciem działalności gospodarczej.
* Pomoc w doborze ewentualnych partnerów biznesowych.
* Informacje o programach rządowych i unijnych, umożliwiających doﬁnansowanie.
1. Przedsiębiorcy zarejestrowani w CEIDG.

Potrzeby grupy:

* Informacja o formalnościach związanych z prowadzeniem biznesu.
* Informacja o wymogach prawnych występujących w Polsce związanych prowadzeniem działalności gospodarczej.
* Informacja o tym, które z wymogów lub formalności można dopełnić on-line (promocja e-usług).
* Dostęp do informacji prawnych, podatkowych, rachunkowo-księgowych.
* Informacje o programach rządowych i unijnych, umożliwiających doﬁnansowanie.
1. Profesjonaliści – biura księgowe, finansowe, firmy podatkowe

Potrzeby grupy:

* Bieżąca informacja z zakresu działalności i świadczonych usług na rzecz osób trzecich.
* Potrzeba zweryﬁkowanej informacji.

# Zadania Wykonawcy

Wykonawca będzie prowadził stronę fanowską serwisu Biznes.gov.pl na portalu społecznościowym Facebook na założonym uprzednio przez Zamawiającego Profilu: <http://www.facebook.com/biznesgovpl> oraz stronę na Linkedin pod adresem <https://www.linkedin.com/company/biznes-gov-pl>.

### Prowadzenie kalendarza komunikacji oraz mediaplanu dla FB

Wykonawca będzie przygotowywał:

* 1. propozycję publikacji postów na każdy kolejny miesiąc na FB oraz Linkedin. Propozycja powinna zawierać temat postów, treść postów, grafiki wraz z copy. Propozycje na kolejny miesiąc będą umieszczane w kalendarzu konwersacyjnym najpóźniej do 22 dnia danego miesiąca. Treści postów mogą zostać opublikowane po uprzednim zaakceptowaniu przez Zamawiającego. Dopuszczalne są zmiany tematów i treści postów przez Zamawiającego.
	2. Mediaplan promocji postów na Facebook w ramach ustalonego zaproponowanego miesięcznego budżetu. Mediaplan powinien uwzględniać propozycje szczegółowego harmonogramu działań, proponowane formaty reklamowe spośród dostępnych na portalu Facebook (w tym w każdym miesiącu nie mniej niż 4 postów sponsorowanych, wybranych spośród publikowanych postów na fp biznes.gov.pl oraz inne formaty reklamowe,-np. photo ad, link ad, video ad – możliwe wykorzystanie wideoporadników, itp.), budżet przeznaczony na każdy temat, metodę doboru grupy docelowej, planowany zasięg, liczby wyświetleń, oraz kliknięć (przejść na stronę www). Budżet powinien być tak zaplanowany, aby osiągnąć łączną liczby kliknięć w reklamy minimum **4 000 w każdym miesiącu lub zasięg minimum 80 000 łącznie.**

### Prowadzenie komunikacji

### Język komunikacji na profilach

W przekazie konieczny jest brak dystansu w relacji do odbiorcy komunikatu. Wykonawca powinien położyć akcent komunikacji na osobę/przedsiębiorcę, powinien pokazywać portal, który pomaga i podpowiada przedsiębiorcom, jak realizować usługi online, udostępniając skuteczne narzędzia w Internecie.

### Treść komunikacji

### Treść prowadzonej przez Wykonawcę kampanii powinna zawierać następujące elementy lub dotyczyć:

* zmian w prawie dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, z wykorzystaniem zdjęć i grafik,
* informowania o ważnych sprawach, procedurach o terminach związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej,
* wskazywania dostępnych usług dla przedsiębiorców, które można zrealizować drogą elektroniczną za pośrednictwem serwisu,
* zachęcania do odwiedzania strony serwisu i do korzystania z niego,
* wydarzeń dla przedsiębiorców organizowanych przez Zamawiającego i zachęcać do uczestnictwa w nich (jeżeli jest to możliwe),
1. **Elementy, które może zawierać komunikacja:**
* zdjęcia,
* filmy z kanału Biznes.gov.pl na You Tube ukazujące np. zmiany lub krótkie filmiki video przygotowywane przez Wykonawcę kampanii,
* linki do treści na portalu Biznes.gov.pl lub innych wskazanych przez Zamawiającego,
* linki do ciekawych treści, opisów wydarzeń na portalach zewnętrznych, po każdorazowej akceptacji Zamawiającego.
1. **Forma wpisów przygotowanych przez Wykonawcę**
* w wypowiedziach powinna być używana forma pierwszej osoby liczby mnogiej,
* zdania powinny być krótkie, stylistycznie i ortograficznie poprawne, z umiarkowaną ilością emocjonalnie nacechowanych przymiotników,
* wpisy powinny być często zakończone pytaniami lub stwierdzeniami pobudzającymi interaktywność fanów w postaci komentarzy, polubienia lub udostępnienia wpisu.
1. **Sposób obsługi**
* wpisy na FB powinny być umieszczane przez Wykonawcę każdego dnia roboczego oraz w soboty, wpisy na Linkedin – jeden tygodniowo, dzień zostanie wskazany przez Zamawiającego,
* na pytania i komentarze zamieszczane na Facebook oraz Linkedin odpowiedź powinna być udzielona jak najszybciej, najpóźniej w ciągu 24 godzin od zamieszczenia, jeśli wymaga konsultacji z Zamawiającym. W przypadku mniej złożonych pytań najpóźniej w ciągu 2 godzin od ich zadania w godz. 9:00-17:00. Na pytania zadane po godzinie 17:00 Zamawiający dopuszcza poranne odpowiedzi,
* ciekawe wypowiedzi Internautów powinny być lubiane i doceniane przez Wykonawcę
w postaci kliknięcia „Lubię to” lub skomentowania,
* podczas prowadzonych konkursów, kampanii lub w okresie wskazanym przez Zamawiającego komunikacja na FB powinna być zintensyfikowana do
2 wpisów dziennie, także w soboty,
* wykonawca zapewni obsługę profilu na FB oraz Linkedin w godzinach 9:00-17:00,
* wszystkie posty zamieszczane przez Wykonawcę będą wcześniej akceptowane przez Zamawiającego,
* Wykonawca zapewni również dostosowanie profilu Zamawiającego do wprowadzanych przez Facebook lub Linkedin zmian związanych z funkcjonowaniem strony, zmian
w regulaminie itd. Zmiany ogłaszane przez Facebook lub Linkedin przed ich wprowadzeniem powinny być wprowadzane w najwcześniejszym możliwym terminie po dokonaniu zmian w serwisie. Zmiany wcześniej niezapowiadane powinny być wprowadzone najpóźniej do 48 godzin od momentu ich wystąpienia, także w dni świąteczne.
1. **Grafiki**

1) Wykonawca w każdym miesiącu trwania usługi do każdego publikowanego posta na FB i Linkedin będzie przygotowywał:

- grafiki statyczne zgodnie ze wskazaniami Zamawiającego

- minimum dwie grafiki dynamiczne

2) Wykonawca przygotuje dwa covery w odpowiednich formatach do umieszczenia na profilu Biznes.gov.pl na facebook, na Linkedin oraz na kanale Youtube.

### Promocja postów na FB

Wykonawca przeprowadzikampanię reklamową typu display. Wykonawca może zaplanować i wykorzystać dowolne formaty reklamowe oferowane przez Facebook, powinien jednak korzystać z formatu „post sponsorowany” w odniesieniu do **minimum 4 postów** publikowanych przez Zamawiającego na Fan Page’u biznes.gov.pl. Wykonawca może uwzględnić w planie promocji materiały wideo, przygotowane na potrzeby YouTube Ads i dostępne na kanale Biznes.gov.pl na You Tube.

Zadania Wykonawcy obejmują:

1. Zaplanowanie (w tym wybór form reklamowych), przygotowanie, wykupienie reklam i prowadzenie działań reklamowych w portalu Facebook, zgodnie z zaakceptowanym mediaplanem i kalendarzem,
2. Zamieszczanie postów wraz z grafikami uprzednio zaakceptowanymi przez Zamawiającego,
3. Prowadzenie działań zgodnie z ogólnoprzyjętymi „najlepszymi praktykami” (np.
w uzasadnionych przypadkach powinny uwzględniać przeprowadzenie testów A/B)
w sposób umożliwiający jak najbardziej efektywne dotarcie do grupy docelowej, maksymalizację liczby przejść na stronę biznes.gov.pl, aktywności dotyczącej posta, liczby polubień fan page’a lub innych wskaźników w zależności od założonego celu oraz użytego formatu.
4. Osiągnięcie łącznej liczby kliknięć w reklamy minimum 4 000 w każdym miesiącu lub zasięgu 80 000.

### Przestrzeganie regulaminów i przepisów

Wykonawca kampanii zobowiązuje się, że będzie działał zgodnie z regulaminami poszczególnych serwisów społecznościowych. W swoich działaniach uwzględni również wszelkie zmiany w funkcjonowaniu serwisów, ich regulaminach oraz aplikacjach, zgodnie z datą ich wprowadzenia, a reakcja i ewentualne wprowadzanie poprawek będzie się odbywało w terminie maksimum 2 dni roboczych od wprowadzenia zmian. Powyższe będzie dokonywane w ramach wynagrodzenia przysługującego Wykonawcy.

**V.1.5. Zadania dokumentacyjne**

Do zadań Wykonawcy należy dokumentowanie realizacji kampanii poprzez raporty miesięczne z prowadzenia komunikacji na fanpage zawierające informacje o liczbie wyświetleń, kliknięć oraz wskaźniku CTR osiągniętych w wyniku kampanii w serwisie Facebook w podziale na poszczególne posty oraz filmy.

# Harmonogram realizacji zamówienia

Zamówienie będzie realizowane przez 12 miesięcy od podpisania umowy.

# Warunki realizacji Zamówienia

# Wykonawca będzie realizował kampanię poprzez profil Facebook Zamawiającego, wykorzystując dostęp do profilu nadany mu przez Zamawiającego

# Zamawiający przewiduje powyższy harmonogram współpracy z Wykonawcą, spotkania z Wykonawcą będą odbywały się w siedzibie Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, dopuszczalną formą kontaktu będzie wideokonferencja.

# Wykonawca udostępni Zamawiającemu dane kontaktowe (telefon, e-mail) koordynatora projektu, który będzie w stałym kontakcie z przedstawicielami Zamawiającego.

# Wykonawca w trakcie realizacji Zamówienia będzie zobowiązany do:

1. ścisłej współpracy z Zamawiającym i bieżących konsultacji opracowywanych materiałów,
2. udziału w roboczych spotkaniach w siedzibie Zamawiającego, zgodnie
z zapotrzebowaniem zgłaszanym przez Zamawiającego lub z inicjatywy Wykonawcy,
3. uzyskiwania akceptacji Zamawiającego do poszczególnych materiałów powstających w trakcie realizacji zamówienia,
4. uwzględniania dostarczanych przez Zamawiającego w trakcie realizacji zadania: informacji, uwag i rekomendacji, przekazywania Zamawiającemu wszystkich opracowanych w ramach zadania materiałów zarówno w wersji papierowej (wydruk w kolorze), jak i elektronicznej.

# Zasady rozliczania

Rozliczenie Zamówienia nastąpi w cyklach miesięcznym każdorazowo po zakończeniu każdego miesiąca rozliczeniowego świadczenia usługi. Płatności będą realizowane po otrzymaniu od Wykonawcy raportu z osiągniętymi wskaźnikami zgodnie z opisem w pkt V.1.1 podpunkt 2.

# Prawa autorskie

1. Wykonawca oświadcza, że:
2. będzie dysponował autorskimi prawami majątkowymi określonymi w ust. 2 i 3 do wszystkich utworów powstałych w wyniku realizacji Umowy, zwanych dalej „utworami",
3. autorskie prawa majątkowe określone w ust. 2 i 3 nie są i nie będą w żaden sposób ograniczone, a utwory będą stanowić jego wyłączną własność lub przedmiot jego wyłącznych praw,
4. wykonanie utworów nie będzie naruszało jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym praw autorskich,
5. utwory będą wolne od wad fizycznych i prawnych.
6. Wykonawca, z chwilą podpisania przez Zamawiającego bez zastrzeżeń protokołu odbioru prac lub protokołu odbioru końcowego, przenosi na Zamawiającego, bez ograniczenia terytorialnego, autorskie prawa majątkowego do utworów, na następujących polach eksploatacji:
7. w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworu - wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową,
8. w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono -wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy,
9. w zakresie rozpowszechniania utworu w sposób inny niż określony w pkt. 2 - publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym.
10. Wykonawca przenosi na Zamawiającego, z chwilą podpisania przez Zamawiającego bez zastrzeżeń protokołu odbioru lub protokołu odbioru końcowego, prawa do wykonywania zależnych praw autorskich do opracowań utworów oraz prawo wyłącznego zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego, w tym korzystania i rozporządzania z utworów, na polach eksploatacji wskazanych w ust. 2.
11. Z chwilą podpisania przez Zamawiającego protokołu odbioru końcowego na Zamawiającego przechodzi własność egzemplarzy utworów przekazanych Zamawiającemu.
12. Wykonawca zobowiązuje się zapewnić, iż osoby, którym będą przysługiwały prawa osobiste do utworów nie będą wykonywały tych praw w sposób ograniczający Zamawiającego w wykonywaniu praw do utworów.
13. W przypadku wystąpienia przeciwko Zamawiającemu z roszczeniami związanymi z Przedmiotem Umowy Zamawiający może wystąpić przeciwko Wykonawcy z roszczeniami regresowymi, jeżeli odpowiedzialność Zamawiającego wobec osób trzecich wynika z winy lub niewykonania lub nienależytego wykonania postanowień Umowy przez Wykonawcę.
14. **Warunki przystąpienia do zamówienia**
	* 1. **Doświadczenie Wykonawcy**

Wykonawca powinien do wykonania zadania posiadać przynajmniej dwuletnie doświadczenie w prowadzeniu serwisów społecznościowych i tworzeniu grafik w ciągu ostatnich.

**2 Doświadczenie osób**

Zamawiający wyznaczy jedną osobę, która będzie koordynowała i nadzorowała realizację zamówienia i do stałego kontaktu z Wykonawcą w zakresie śledzenia efektywności działań
i udzielania akceptacji w sytuacji Kryzysu.

Wykonawca będzie dysponował następującym zespołem do realizacji zamówienia:

* Osoba odpowiedzialna za realizację i do stałego kontaktu z Zamawiającym - opiekun (ang. account), min. 2 lata doświadczenia w zakresie prowadzenia kampanii w mediach społecznościowych,
* Osoba odpowiedzialna za koncepty graficzne – dyrektor kreatywny, min. 2 lata doświadczenia w zakresie tworzenia projektów graficznych do komunikacji internetowej, wymagany min. 1 rok działalności w zakresie prowadzenia kampanii w mediach społecznościowych,
* Osoba odpowiedzialna za wybór elementów dodatkowych jak zdjęcia, video, linki – content manager, wymagane min. 2 lata doświadczenia w zakresie prowadzenia kampanii w mediach społecznościowych,
* Osoba odpowiedzialna za prowadzenie bieżącej komunikacji na Profilu – community manager, w tym za przygotowywanie propozycji tematów i treści komunikowanych na profilu, przygotowywanie i zamieszczanie odpowiedzi na pytania Internautów nie związane z merytorycznymi kwestiami oraz zamieszczanie odpowiedzi przekazanych przez Zamawiającego na merytoryczne pytania Internautów. Osoba ta będzie na bieżąco monitorować komunikację na fanpage i reagować na wpisy i komentarze na nim zamieszczane i informować Zamawiającego o wpisach i komentarzach internautów, wymagane min. 2 lata doświadczenia w zakresie prowadzenia kampanii w mediach społecznościowych,

Zamawiający dopuszcza, aby jedna osoba pełniła maksymalnie trzy funkcje.

Na potwierdzenie spełniania powyższego warunku Wykonawca załączy do oferty Wykaz osób zgodnie ze wzorem stanowiącym załącznik do SOPZ.

# Sposób przygotowania oferty

# Oferta powinna zawierać:

1. Wypełniony formularz ofertowy stanowiący załącznik nr 1 do SOPZ,
2. Dokumenty lub oświadczenie potwierdzające co najmniej dwuletnie doświadczenie w prowadzeniu serwisów społecznościowych i tworzeniu grafik,
3. Wykaz osób, wskazanych przez Wykonawcę do realizacji Zamówienia wraz z opisem doświadczenia, potwierdzającym, że osoby te spełniają wymogi określone w punkcie X.2

Składając ofertę, Wykonawca wskazuje, jakie wskaźniki osiągnie realizując Zamówienie (równe lub wyższe od tych określonych przez Zamawiającego) oraz jaki będzie koszt realizacji całości Zamówienia.

# Kryteria oceny i wybór oferty

Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie następujących kryteriów oceny ofert:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| L.p. | Kryterium | Znaczenie kryterium (w %) |
| 1. | Cena  | 50 % |
| 2. | Dodatkowa liczba kliknięć Facebook (kampania min 4 postów sponsorowanych) | 30% |
| 3. | Proponowana miesięczna wielkość zasięgu postów Facebook (kampania min 4 postów sponsorowanych) | 20% |

Zamawiający dokonując oceny ofert będzie brał pod uwagę:

W **kryterium „cena”** zostanie zastosowany wzór:

Cena oferty najtańszej

Liczba punktów = ------------------------------------ X 50 = liczba punktów

Cena oferty badanej

Końcowy wynik powyższego działania zostanie zaokrąglony do dwóch miejsc po przecinku.

W **kryteriach „Dodatkowa liczba kliknięć Facebook”** zostanie zastosowany następujący wzór:

Y

Liczba punktów = ------------------------------------ X 30 = liczba punktów

Z

Y - Liczba kliknięć deklarowana w ofercie badanej

Z - Najwyższa deklarowana liczba kliknięć spośród wszystkich ofert

W **kryteriach** „Proponowana miesięczna wielkość zasięgu postów Facebook” zostanie zastosowany następujący wzór:

Y

Liczba punktów = ------------------------------------ X 20 = liczba punktów

Z

Y – Miesięczna wielkość zasięgu postów Facebook deklarowana w ofercie badanej

Z - Najwyższa deklarowana miesięczna wielkość zasięgu postów Facebook spośród wszystkich ofert

Końcowy wynik powyższego działania zostanie zaokrąglony do dwóch miejsc po przecinku.

# Termin i sposób złożenia oferty

1. Ofertę należy przesłać do dnia **4 lutego r. (do godziny 13:00).**
2. Ofertę wraz załącznikami podpisaną przez osobę uprawnioną do reprezentowania Wykonawcy (w formie skanów) należy przesyłać wyłącznie drogą mailową na adres: zapytania\_ppk3@mpit.gov.pl wpisując w temacie mai: „Oferta - prowadzenie mediów społecznościowych Biznes.gov.pl”
3. Ofertę zawierającą wszystkie dokumenty określone w punkcie XI należy załączyć do wiadomości e-mail w formie załączników.