

Pytania i odpowiedzi do Zamówienia „Prowadzenie komunikacji oraz promocja marki Biznes.gov.pl na Facebooku”

Pytania z 9.01.2020 r.

1. Jaki jest tryb zamówienia? Czy postępowanie może zakończyć się współpracą, czy jest to jedynie szacowanie wartości zamówienia? Jaka jest szacunkowa wartość zamówienia?

Odpowiedź:

Tryb zamówienia to rozeznanie rynku, a nie szacowanie wartości zamówienia. Zamawiający do realizacji zadania planuje wybrać jedną, najwyższą ocenioną ofertę. Średnia cena za realizację zamówienia to 150 000 zł brutto.

2. W pkt. V. 1. B. ppkt. 6 zaznaczyli Państwo, że dokładne adresy podstron zostaną ustalone w kontaktach roboczych z Zamawiającym. Z racji, iż określenie kontekstu pojedynczej kampanii wpływa znacząco na koszty działań reklamowych, będziemy wdzięczni za informację nt. tematów/kontekstów tych kampanii.

Odpowiedź:

Na tym etapie zamówienia nie jest możliwe szczegółowe doprecyzowanie tematyki. Do wyceny należy przyjąć grupy docelowe (wraz z zainteresowaniami) opisane w SOPZ (rozdział IV). Tematy promocji będą częściowo pokrywały się z tematami postów publikowanych na profilu (rozdział V, punkt 2A).

3. Prosimy o informację na temat zakładanych okresów współpracy:
 - a) 4 miesiące dotyczą jedynie kampanii reklamowych (budowa ruchu do witryn + pozyskiwanie fanów)?
 - b) obsługa profilu (publikacje postów, moderacja itp.) - tu zostało to ujęte w skali miesiąca (podobnie jak prawa autorskie). Jaki okres współpracy w ramach obsługi profilu (a tym samym przekazania praw autorskich) powinniśmy wziąć pod uwagę?

Odpowiedź:

Zamawiający zakłada realizację całego zadania w okresie do 30 września 2020 r. Data podpisania umowy jest szacowana na początek lutego. Obsługa profilu (podobnie jak prawa autorskie) dotyczy całego okresu trwania umowy, a jedynie kampania ma trwać przez okres maksymalnie czterech miesięcy (data startu kampanii zostanie ustalona po podpisaniu umowy).

4. W formularzu ofertowym należy podać łączną wartość współpracy, na którą złożą się 4-miesięczna kampania reklamowa i 1-miesięczna obsługa profilu wraz z 1-miesięcznym przekazaniem praw autorskich?

Odpowiedź:

W formularzu ofertowym należy podać:

- a) cenę brutto i netto za miesięczne prowadzenie kampanii na Facebooku
- b) cenę brutto i netto za miesięczne prowadzenie profilu Biznes.gov.pl na Facebooku
- c) cenę brutto i netto za miesięczne przekazanie autorskich praw majątkowych do wszystkich utworów powstałych w związku z realizacją zadania

- d) cena brutto i netto za całościowe przekazanie autorskich praw majątkowych do wszystkich utworów powstałych w związku z realizacją zadania
- e) całkowity koszt brutto i netto oferty Wykonawcy (Zamawiający ma tu na myśli cały okres trwania umowy, w którym sumowane są kampania, prowadzenie profilu i prawa autorskie).

Jest zatem kilka kwot, które są niezbędne, by Zamawiający mógł skonstruować odpowiednie zapisy w umowie z Wykonawcą.

- 5. Czy mediaplan składany z ofertą ma obejmować całe 4 miesiące kampanii? Czy mają Państwo wzór mediaplanu do uzupełnienia?

Odpowiedź:

Tak, mediaplan ma być podzielony na etapy (miesiące) i obejmować okres 4 miesięcznej kampanii. Zamawiający nie dysponuje wzorem mediaplanu. Taki wzór ma przedstawić Oferent.

- 6. W oparciu o co Wykonawca ma stworzyć mediaplan, jeśli na ten moment Zamawiający nie podał tematów, a jednocześnie wymaga podziału budżetu na tematy i formaty (a dobór formatów to element oceny oferty)?

Odpowiedź:

Zamawiający podał tematy postów (rozdział V, punkt 2A), które w dużej mierze będą spójne z tematami kampanii. Co do ilości tematów oraz konkretnych formatów reklamowych, Zamawiający oczekuje w tym temacie rekomendacji od Oferentów. Formaty powinny być dobrane w sposób przeanalizowany, a proporcja użycia powinna być jasno określona i uzasadniona.

- 7. Co Zamawiający rozumie poprzez „etap zadania”? (patrz pkt V.1.B.6)

Odpowiedź:

Etap zadania to jeden miesiąc kalendarzowy, który jest jednocześnie okresem rozliczeniowym.

- 8. Co rozumieją Państwo przez „metodę doboru grupy docelowej”?

Odpowiedź:

Zamawiający oczekuje od Oferenta opisanie sposobu doboru grupy docelowej, a więc określenia parametrów dzięki którym założone cele zostaną zrealizowane wg Oferenta w sposób najbardziej efektywny (np. targetowanie precyzyjne, szerokie, grupy niestandardowe, podobne itp.). Należy pamiętać, że w ofercie powinien być wskazany określony budżet dla konkretnego formatu skierowanego do określonej grupy docelowej, pokazując jednocześnie zakładane wskaźniki i sposób ich optymalizacji.

- 9. Przygotowując propozycję contentu do promocji na pierwszy tydzień kampanii jak mamy rozumieć inspirację profilem www.facebook.com/biznesgovpl - czy mamy wykorzystać tematykę dotychczas już poruszoną? Czy chodzi tylko o inspiracje graficzne? Czego oczekuje Zamawiający?

Odpowiedź:

Zamawiający daje w tym temacie całkowitą dowolność, jednocześnie zaznaczając, że oferty będą oceniane wg kryterium: content łatwy do zapamiętania, jasno, logicznie i ciekawie przedstawiony.