

Warszawa, 23 marca 2021 r.

DAZ.262.5.2021

Wszyscy zainteresowani

ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym z możliwością przeprowadzenia negocjacji na podstawie art. 275 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych (dalej: „ustawy Pzp”) na **zakup usług marketingu on-line. Nr postępowania 4/21/TPZNW.**

Działając na podstawie art. 284 ust. 6 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych (t. j. Dz. U. z 2019 r. poz. 2019 ze zm.), uprzejmie informuję, iż w dniach 18, 19 i 22 marca 2021 r. do Zamawiającego wpłynęły wnioski o wyjaśnienie treści Specyfikacji Warunków Zamówienia. Poniżej przedstawiam ich treść wraz z wyjaśnieniem udzielonym przez Zamawiającego.

PYTANIE 1

„Zwracam się z prośbą o podanie szacunkowej kwoty przeznaczonej na realizację zamówienia nr 4/21/TPZNW, pn. zakup usług marketingu on-line.”

ODPOWIEDŹ

Zamawiający informuje, że szacunkowa wartość zamówienia wynosi 357 600,00 zł.

PYTANIE 2

„Prosiłabym o doprecyzowanie – czy zapytanie dotyczy WYŁĄCZNIE kampanii reklamowej – czy dotyczy również kompleksowego prowadzenia Państwa socialmediów?”

ODPOWIEDŹ

Zamawiający informuje, że przedmiot zamówienia dotyczy tylko i wyłącznie kampanii reklamowych, a nie kompleksowego prowadzenia kanałów NCBR w mediach społecznościowych. Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie postów reklamowych, ich publikację oraz przygotowanie raportów z realizacji KPI kampanii. Szczegółowy zakres współpracy został opisany w SOPZ stanowiącym Załącznik nr 1 do SWZ.

PYTANIE 3

„Gdybyśmy mieli jeszcze jakieś pytania – pod jakim numerem telefonu można się z Państwem się skontaktować?”

ODPOWIEDŹ

Zamawiający informuje, że zgodnie z zapisami SWZ wszelkie pytania do treści dokumentów zamówienia należy przysyłać drogą elektroniczną: *”Wykonawca może w drogą elektroniczną/za*

pomocą środków komunikacji elektronicznej zwrócić się do Zamawiającego z wnioskiem o wyjaśnienie treści SWZ”.

PYTANIE 4

„W Załączniku nr 1 do SWZ, czyli SOPZ widnieją zapisy odnoszące się do m.in do punktu 7 SOPZ. W niniejszym dokumencie (SOPZ) nie ma żadnej numeracji, do której mógłby odnosić się konkretny zapis, np. str .32 SOPZ "Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia raportu miesięcznego z prowadzonych w danym miesiącu kalendarzowym działań promocyjnych. Raport zawierać powinien w szczególności:

- a) Łączną liczbę wejść na strony www, po w reklamę,*
- b) Łączną liczbę wyświetleń reklamy (PV) dla kampanii wymienionych w pkt 7 ppkt. 1 i 2 niniejszego SOPZ."*

ODPOWIEDŹ

Zamawiający informuje, że wskazana w pytaniu numeracja jest omyłką po stronie Zamawiającego, w związku z tym Zamawiający w załączeniu do niniejszego pisma udostępnia SOPZ z właściwie nadaną numeracją.

PYTANIE 5

„Pytanie dotyczy n/w podpunktów, w których jest informacja o tym, że emisja będzie miała charakter doraźny

Dla profilu Facebook KPK charakter doraźny (nie więcej niż 3 kampanie, których łączny czas nie przekroczy 4 miesięcy)

Dla profilu Twitter NCBR charakter doraźny (nie więcej niż 3 kampanie, których łączny czas nie przekroczy 2 miesięcy)

Dla profilu KPK charakter doraźny (nie więcej niż 2 kampanie, których łączny czas nie przekroczy 2 miesięcy)

Czy w tych trzech w/w przypadkach również jest możliwość przedłużenia działań przez Zamawiającego, jeśli budżet nie zostanie zrealizowany podczas określonego timingu?”

ODPOWIEDŹ

Celem prowadzonych działań jest uzyskanie przez Wykonawcę KPI opisanych w SOPS, jako "Efekty kampanii - opis kluczowych wskaźników efektywności w ujęciu miesięcznym (KPI)" w przewidzianym w zamówieniu terminie. Zamawiający dopuszcza przedłużenie działań w przypadku, gdy maksymalne wynagrodzenie wykonawcy nie zostanie wykorzystane w założonym czasie, określonym w dokumentach zamówienia.

PYTANIE 6

Zwracamy się z prośbą o przesunięcie terminu składania ofert do 31 marca 2021.

ODPOWIEDŹ

Zamawiający informuje, że przedłuża termin składania ofert do dnia 29 marca 2021 r.

PYTANIE 7

„Czy na pewno zapis o 400-500 nowych obserwatorach profilu LinkedIn miesięcznie przez 12 miesięcy (minimum 400 obserwujących x 12 miesięcy) trwania kampanii jest poprawny? Pytanie pojawia się, bowiem kampania na LinkedInie stanowiłaby przy takim zapisie duży procent całości budżetu, w związku z tym, że LinkedIn jest najdroższym ze wszystkich wymienionych narzędzi”.

ODPOWIEDŹ

Zamawiający informuje, że zapisy SOPZ w powyższym zakresie są poprawne.

Zamawiający informuje, że w wyniku udzielonych wyżej odpowiedzi i zmiany terminu składania ofert, zmianie ulega SWZ w poniższym zakresie:

Rozdz. XI pkt. 1

Było: „Wykonawca jest związany ofertą od dnia upływu terminu składania ofert przez 30 (trzydzieści) dni kalendarzowych tj. do dnia 23 kwietnia 2021 r.”

Jest: „**Wykonawca jest związany ofertą od dnia upływu terminu składania ofert przez 30 (trzydzieści) dni kalendarzowych tj. do dnia 27 kwietnia 2021 r.**”

W związku z powyższą zmianą, zmianie ulega Załącznik nr 2 do SWZ Formularz ofertowy.

Rozdz. XIII pkt. 2

Było: „Ofertę wraz z wymaganymi załącznikami należy złożyć w terminie do dnia 25 marca 2021 r., do godz. 12:00”.

Jest: „**Ofertę wraz z wymaganymi załącznikami należy złożyć w terminie do dnia 29 marca 2021 r., do godz. 12:00.**”

Rozdz. XIV pkt. 1

Było: „Otwarcie ofert nastąpi w dniu 25 marca 2021 r. o godzinie 14:00”.

Jest: „**Otwarcie ofert nastąpi w dniu 29 marca 2021 r. o godzinie 14:00**”.

ZATWIERDZAM

Marcin Bochenek
Dyrektor Działu Marketingu
Strategicznego
/podpisano elektronicznie/