



Prowadzenie komunikacji na Facebooku dla marki **Biznes.gov.pl**

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

I Przedmiot zamówienia

Zamówienie dotyczy prowadzenia komunikacji na Facebooku dla serwisu informacyjno-usługowego dla przedsiębiorców - www.Biznes.gov.pl.

II Kontekst zamówienia

Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii realizuje projekt pn. „Konto przedsiębiorcy – usługi online dla firm w jednym miejscu”. 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. Celem projektu jest usprawnienie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce poprzez Punkt Informacji dla Przedsiębiorcy wraz z Kontem firmy, na którym będą przechowywane i prezentowane dane potrzebne do realizacji usług. Udostępnienie planowanych e-usług oraz konsolidacja serwisów będą centralnym miejscem dla przedsiębiorców chcących załatwiać sprawy firmowe przez Internet. Konto Firmy umożliwi także załatwianie spraw przez pełnomocników i reprezentantów firm oraz aktualizację danych w CEIDG. Serwis Biznes.gov.pl umożliwi przedsiębiorcom i ich pełnomocnikom kontakt z Rzecznikiem MŚP oraz tworzenie zapytań w kontekście konkretnych opisów usług lub objaśnień prawnych.

Zadaniem portalu Biznes.gov.pl jest umożliwienie dopełnienia procedur oraz formalności niezbędnych do podjęcia i prowadzenia działalności gospodarczej w sposób łatwy i intuicyjny, drogą elektroniczną. Serwis udostępnia kompleksową informację o obowiązujących procedurach administracyjnych. Głównym użytkownikiem portalu są przedsiębiorcy samodzielnie prowadzący działalność gospodarczą oraz firmy sektora MŚP.

Na portalu Biznes.gov.pl prezentowane są następujące treści:

- informacyjne – opisy procedur, interpretacje prawne, wzory wniosków i formularzy, odpowiedzi na pytania, wizytówki urzędów;
- transakcyjne – elektroniczna (on-line) możliwość wysłania wniosku do danego urzędu oraz dalsza realizacja procedur – odebranie pisma z urzędów i udzielenie odpowiedzi również drogą online;
- interakcyjne – możliwość zadania pytania do Centrum Pomocy, kreatory treści i procedur tzw. interaktywne poradniki przedsiębiorcy, możliwość przygotowania formularzy i wniosków do druku, jak i online.

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.

III Założenia i cel zamówienia

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

Celem zamówienia jest też poinformowanie grup docelowych o działaniach realizowanych w projekcie „Konto przedsiębiorcy - usługi online dla firm w jednym miejscu”.

Główny komunikat

Główny komunikat, od którego powinny wychodzić działania komunikacyjne:

Biznes.gov.pl to portal, który pomaga i podpowiada przedsiębiorcom, jak prowadzić firmę w Polsce i jak realizować usługi online.

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.

2. Przedsiębiorcy zarejestrowani w CEIDG.

Potrzeby grupy:

- Informacja o formalnościach związanych z prowadzeniem biznesu.
- Informacja o wymogach prawnych występujących w Polsce związanych z 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.

3. Profesjonaliści – biura księgowe, finansowe, firmy podatkowe

Potrzeby grupy:

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

IV Zadania Wykonawcy

1) Wykonawca będzie prowadził profil Biznes.gov.pl na portalu społecznościowym Facebook <http://www.facebook.com/biznesgovpl>, a w szczególności:

1.1 Przygotuje kalendarz komunikacji i będzie publikował posty na profilu, a także monitorował aktywność fanów i odpowiadał na ich komentarze

Wykonawca będzie przygotowywał propozycję postów na ww. profil. Propozycja powinna zawierać temat postów, termin publikacji (data + godzina), treść postów, grafiki lub infografiki oraz ich opisy. Częstotliwość publikowania postów – min. jeden dziennie, w dni robocze. Wstępne propozycje na kolejny miesiąc będą wysyłane Zamawiającemu do 20 dnia danego miesiąca. Treści i ostateczna formuła postów może zostać opublikowana po zaakceptowaniu ich przez Zamawiającego. Dopuszczalne są zmiany tematów i treści postów przez Zamawiającego. Ponadto Zamawiający będzie rekomendował tematy i wydarzenia do ujęcia w kalendarzu.

A) Język komunikacji na profilu

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, odpowiada na ich potrzeby i krok po kroku informuje jak realizować usługi online.

B) Tematy i treści możliwe do podjęcia podczas tworzenia contentu na profil

Treści proponowane i publikowane przez Wykonawcę na profilu powinny dotyczyć:

- 1) zmian w prawie dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, z wykorzystaniem elementów typu: grafika, wideo, gif, infografika itp.
- 2) informowania o ważnych tematach, procedurach i terminach związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej,
- 3) wskazywania usług dla przedsiębiorców, które można zrealizować drogą elektroniczną za pośrednictwem serwisu;
- 4) zachęcania do odwiedzania serwisu i do korzystania z niego,
- 5) aktualnych lub przyszłych wydarzeń kierowanych do grupy docelowej i zachęcania do uczestnictwa w nich (jeżeli jest to możliwe),
- 6) prawdziwych historii osób, które założyły własną działalność gospodarczą,

7) nawiązania do aktualnych google trends, sporadycznie mogą być publikowane w formie gifów, z humorem.

C) Elementy, które może zawierać komunikacja:

- 1) grafiki, infografiki, gify, zdjęcia itp.;
- 2) materiały wideo;
- 3) linki do treści na portalu Biznes.gov.pl lub innych stron wskazanych przez Zamawiającego,
- 4) linki do ciekawych treści, opisów wydarzeń na portalach zewnętrznych.

UWAGA: Zamawiający po podpisaniu umowy przekaże Wykonawcy gotowe szablony w plikach otwartych, do wykorzystania podczas tworzenia materiałów graficznych.

D) Forma wpisów przygotowanych przez Wykonawcę

- 1) w wypowiedziach powinna być używana forma pierwszej osoby liczby mnogiej lub drugiej osoby liczby pojedynczej,
- 2) zdania powinny być krótkie, stylistycznie i ortograficznie poprawne, z umiarkowaną ilością emocjonalnie nacechowanych przymiotników,
- 3) wpisy powinny być często zakończone pytaniami lub stwierdzeniami pobudzającymi interaktywność fanów w postaci komentarzy, polubienia lub udostępnienia wpisu.

E) Sposób obsługi

- 1) wpisy na FB powinny być umieszczane przez Wykonawcę minimum jeden raz dziennie (dzień roboczy);
- 2) na pytania i komentarze 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 dwóch godzin od ich zadania w godz. 9:00-17:00. Na pytania zadane po godzinie 17:00 Zamawiający dopuszcza poranne odpowiedzi,
- 3) ciekawe wypowiedzi Internautów powinny być lubiane i doceniane przez Wykonawcę w postaci kliknięcia „Lubię to” lub skomentowania,
- 4) Wykonawca zapewni obsługę profilu w godzinach 9:00-17:00,
- 5) wszystkie posty zamieszczane przez Wykonawcę będą wcześniej akceptowane przez Zamawiającego,

Wykonawca zapewni również dostosowanie profilu Zamawiającego do wprowadzanych przez Facebook zmian związanych z funkcjonowaniem strony, zmian w regulaminie itd. Zmiany ogłaszane przez Facebook 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. Powyższe będzie dokonywane w ramach wynagrodzenia przysługującego Wykonawcy.

F) Sytuacje kryzysowe

Komentarze w sieci internetowej podczas trwania kampanii będą objęte przez Wykonawcę monitoringiem. W przypadku potencjalnego zagrożenia kryzysem, (tj. gdy w sieci pojawi się min. 5 negatywnych komentarzy pod jednym artykułem, filmem, na forach lub w mediach społecznościowych), Wykonawca kampanii niezwłocznie skontaktuje się telefonicznie z wyznaczonym pracownikiem Zamawiającego. Wspólnie ustalą formę działania i zdecydują o ścieżce ostatecznej akceptacji odpowiedzi. W przypadku kryzysu, Wykonawcy kampanii nie wolno udzielać żadnych wypowiedzi bez wcześniejszej akceptacji Zamawiającego w formie pisemnej (dopuszcza się kanał e-mailowy i sms).

G) Grafiki

- 1) Zamawiający po podpisaniu umowy przekaże Wykonawcy gotowe szablony do wykorzystania podczas tworzenia materiałów graficznych.
- 2) Wykonawca w każdym miesiącu trwania usługi będzie przygotowywał:
 - grafiki statyczne zgodnie ze wskazaniem Zamawiającego (maksymalnie 25 miesięcznie);
 - grafiki dynamiczne (np. w formie .gif, maksymalnie 3 miesięcznie).
- 3) Wykonawca podczas trwania współpracy przygotuje maksymalnie 2 covery w odpowiednich formatach do umieszczenia na profilu Biznes.gov.pl na Facebooku, LinkedIn oraz na kanale YouTube.

1.2 Zaplanuje i przygotuje mediaplan do promocji postów na Facebooku

Wykonawca będzie promował markę Biznes.gov.pl na Facebooku. Wykonawca może zaplanować i wykorzystać dowolne formaty reklamowe oferowane przez Facebook, powinien jednak skorzystać m.in. z formatu „post sponsorowany” w odniesieniu do **minimum 2 postów miesięcznie**.

A) Zadania Wykonawcy dotyczące promocji obejmują:

- 1) Zaplanowanie (w tym wybór form reklamowych), przygotowanie, wykupienie reklam i prowadzenie działań reklamowych na portalu Facebook, zgodnie z zaakceptowanym mediaplanem i kalendarzem konwersacyjnym,
- 2) 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 profilu lub innych wskaźników w zależności od założonego celu oraz użytego formatu.

- 3) Osiągnięcie łącznej liczby kliknięć w reklamy minimum 4 000 i zasięgu 80 000 w każdym miesiącu.

B) Mediaplan promocji powinien uwzględniać:

- 1) propozycję szczegółowego harmonogramu działania;
- 2) zaproponowany miesięczny budżet w podziale na formaty reklamowe;
- 3) formaty reklamowe dostępne na portalu Facebook (w tym w każdym miesiącu nie mniej niż 2 posty sponsorowane) oraz inne formaty reklamowe, np. photo ad, link ad, video ad – możliwe wykorzystanie wideo Zamawiającego itp.;
- 4) budżet przeznaczony na każdy temat;
- 5) metodę doboru grupy docelowej;
- 6) planowany zasięg;
- 7) liczby wyświetleń oraz kliknięć (przejść na stronę www).

Budżet promocyjny powinien być tak zaplanowany, aby łączna liczba kliknięć w reklamy miesięcznie wyniosła minimum **4 000. Kliknięcia powinno przekierowywać użytkowników do strony Biznes.gov.pl (do podstron ustalonych w kontaktach roboczych z Zamawiającym).** Dodatkowo w każdym miesiącu zasięg postów powinien wynieść minimum **80 000 łącznie, biorąc pod uwagę fakt, że maksymalna liczba kontaktów z reklamą przypadającą na unikalnego użytkownika nie przekroczy 3 (Capping 3).**

2. Wykonawca będzie raportował Zamawiającemu poszczególne etapy współpracy

Do zadań Wykonawcy należy dokumentowanie realizowanych działań poprzez:

2.1 Raporty miesięczne

Raporty miesięczne powinny zawierać informacje o postępach w realizacji Zadania, czyli osiągniętych wskaźnikach na podstawie których nastąpi rozliczenie zamówienia, liczbie zrealizowanych grafik itp.

2.2 Raporty na prośbę Zamawiającego

W pierwszych dwóch miesiącach trwania umowy, Wykonawca będzie przysyłał Zamawiającemu tygodniowe raporty informujące o postępach w realizacji wskaźników. Każda prośba Zamawiającego o kolejne raporty będzie kierowana do Wykonawcy przynajmniej z 3 dniowym wyprzedzeniem.

3. Wykonawca opracuje Harmonogram współpracy

Harmonogram współpracy będzie obejmował wszystkie elementy realizacji zadania i zostanie zaplanowany na 12 miesięcy trwania umowy. Zostanie przedstawiony Zamawiającemu do akceptacji do 7 dni roboczych od daty podpisania umowy. Harmonogram na wniosek Zamawiającego może ulec modyfikacji.

V Warunki realizacji Zamówienia

- 1) Wykonawca będzie realizował działania poprzez profil Facebook Zamawiającego, wykorzystując dostęp do profilu nadany mu przez Zamawiającego.
- 2) Zamawiający podczas współpracy z Wykonawcą, jako formę kontaktu przewiduje spotkania, które będą odbywały się w siedzibie Zamawiającego. Dopuszczalną formą kontaktu będzie tele lub wideokonferencja.
- 3) Wykonawca udostępni Zamawiającemu dane kontaktowe (telefon, e-mail) koordynatora projektu, który będzie w stałym kontakcie z przedstawicielami Zamawiającego.
- 4) Wykonawca w trakcie realizacji Zamówienia będzie zobowiązany do:

4.1 ścisłej współpracy z Zamawiającym i bieżących konsultacji opracowywanych materiałów,

4.2 udziału w spotkaniach w siedzibie Zamawiającego, zgodnie z zapotrzebowaniem zgłaszanym przez Zamawiającego lub z inicjatywy Wykonawcy,

4.3 uzyskiwania akceptacji Zamawiającego do poszczególnych materiałów publikowanych na profilu przez Wykonawcę,

4.4 uwzględniania dostarczanych przez Zamawiającego w trakcie realizacji zadania: informacji, uwag i rekomendacji, przekazywania Zamawiającemu wszystkich opracowanych w ramach zadania materiałów w wersji elektronicznej, a jeśli jest taka potrzeba ze strony Zamawiającego – również w wersji papierowej.

VI Zasady rozliczania

Rozliczenie Zamówienia nastąpi w cyklach miesięcznych każdorazowo po zakończeniu miesiąca rozliczeniowego świadczenia usługi. Płatności będą realizowane na podstawie raportu z wykonanych zadań i z osiągniętych wskaźników, o których mowa w części IV, zgodnie z zaakceptowanym mediaplanem.

VII Prawa autorskie

- 1) Wykonawca oświadcza, że:
 - 1.1 będzie dysponował autorskimi prawami majątkowymi określonymi w ust. 2 i 3 do wszystkich utworów powstałych w wyniku realizacji Umowy, zwanych dalej „utworami”,

- 1.2 autorskie prawa majątkowe określone w ust. 2 i 3 nie są i nie będą w żaden sposób ograniczone, a utwory będą stanowiły jego wyłączną własność lub przedmiot jego wyłącznych praw,
 - 1.3 wykonanie utworów nie będzie naruszało jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym praw autorskich,
 - 1.4 utwory będą wolne od wad fizycznych i prawnych.
- 2) Wykonawca, z chwilą podpisania przez Zamawiającego bez zastrzeżeń protokołu odbioru prac lub protokołu odbioru końcowego, przenosi na Zamawiającego, bez ograniczenia terytorialnego, autorskie prawa majątkowe do utworów, na następujących polach eksploatacji:
- 1.1 w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworu - wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową,
 - 1.2 w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono - wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy,
 - 1.3 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.
- 3) 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.
- 4) Z chwilą podpisania przez Zamawiającego protokołu odbioru końcowego na Zamawiającego przechodzi własność egzemplarzy utworów przekazanych Zamawiającemu.
- 5) 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.
- 6) 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.

1) Doświadczenie Wykonawcy

Wykonawca powinien posiadać przynajmniej trzyletnie doświadczenie w prowadzeniu profili społecznościowych i zakupie reklam na Facebooku.

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 grafikę i koncepty kreatywne, min. 2 lata doświadczenia w zakresie tworzenia projektów graficznych do komunikacji internetowej, w tym rok działalności w kreacji postów do mediów 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 profilu i musi reagować na wpisy i komentarze na nim zamieszczane oraz informować Zamawiającego o wpisach i komentarzach internautów; Wymagane min. 2 lata doświadczenia w zakresie prowadzenia komunikacji w mediach społecznościowych;
- Osoba odpowiedzialna za promocję i zakup reklamy – social media manager, który posiada min. 2 lata doświadczenia w planowaniu i zakupie mediów, a także realizacji kampanii.

Na potwierdzenie spełniania powyższego warunku Wykonawca załączy do oferty Wykaz osób. Zamawiający dopuszcza, aby jedna osoba pełniła maksymalnie trzy funkcje.

3) Sposób przygotowania oferty

Oferta powinna zawierać:

- a) Wypełniony formularz ofertowy stanowiący załącznik nr 1 do SOPZ,
- b) Wykaz usług (dokumenty lub oświadczenia) potwierdzające co najmniej trzyletnie doświadczenie firmy w prowadzeniu profili społecznościowych i zakupie reklam na Facebooku.

- c) Wykaz osób wskazanych przez Wykonawcę do realizacji Zamówienia z opisem doświadczenia potwierdzającym, że osoby te spełniają wymogi określone w punkcie VIII.2 (życiorysy).
- d) Propozycję kalendarza konwersacyjnego (na pierwszy tydzień współpracy – min. 5 postów), zgodnie z pkt IV.1.
- e) Wstępny, najbardziej efektywny projekt mediaplanu (na pierwszy miesiąc działań), zgodnie z punktem IV 1.2.
- f) Kosztorys szczegółowy z podziałem na:
- A. miesięczny koszt prowadzenia komunikacji na Facebooku wraz z działaniami promocyjnymi (w zestawieniu z przewidywanymi efektami/wskaźnikami, z uwzględnieniem zarówno budżetu przeznaczanego na zakup mediów oraz kosztów prowadzenia działań przez Wykonawcę, m.in. przygotowanie kalendarzy konwersacyjnych, obsługa i monitoring profilu itp.);
 - B. całościowy koszt oferty Wykonawcy.
 - C. koszt przekazanych autorskich praw majątkowych do wszystkich utworów powstałych w związku z realizacją zadania.

IX Kryteria oceny i wybór oferty

Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone (spełniły warunki opisane w punkcie VIII), na podstawie następujących kryteriów oceny ofert:

L.p.	Kryterium	Znaczenie kryterium (w %)
1.	Cena	40 %
2.	Dodatkowa liczba kliknięć na Facebooku (promocja 2 postów sponsorowanych)	20%
3.	Proponowana miesięczna wielkość zasięgu postów na Facebooku (promocja min 2 postów sponsorowanych)	20%
4.	Propozycja kalendarza konwersacyjnego na pierwszy tydzień działań	20%

Zamawiający dokonując oceny ofert będzie brał pod uwagę:

- 1) W kryterium „**Cena**” zostanie zastosowany wzór:

Cena oferty najtańszej

$$\text{Liczba punktów} = \frac{\text{-----}}{\text{Cena oferty ocenianej}} \times 40 = \text{liczba punktów}$$

- 2) W kryterium „**Dodatkowa liczba kliknięć na Facebooku**” zostanie zastosowany następujący wzór:

$$\text{Liczba punktów} = \frac{Y}{Z} \times 20 = \text{liczba punktów}$$

Y - Liczba kliknięć deklarowana w ofercie ocenianej

Z - Najwyższa deklarowana liczba kliknięć spośród wszystkich ofert

- 3) W kryterium „**Proponowana miesięczna wielkość zasięgu postów na Facebooku**” zostanie zastosowany następujący wzór:

$$\text{Liczba punktów} = \frac{Y}{Z} \times 20 = \text{liczba punktów}$$

Y – Miesięczna wielkość zasięgu postów na Facebooku deklarowana w ofercie ocenianej

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

Punkty za kryterium „**Propozycja kalendarza konwersacyjnego na pierwszy miesiąc działań**” zostaną przyznane w skali do 20 pkt, zgodnie z poniższymi zasadami:

A. Prostota i konkretność – do 10 pkt

(przez co rozumie się, że przekaz jest łatwy do zapamiętania, jasno, logicznie i ciekawie przedstawiony);

B. Użyteczność – do 5 pkt

(przez co rozumie się, że przekaz jest faktycznie potrzebny grupie docelowej i pozwala grupom docelowym na zidentyfikowanie się z nim)

C. Dopasowanie – do 5 pkt

(przez co rozumie się stopień dopasowania do założeń SOPZ, punkt IV.1 oraz sposobu komunikowania).

Końcowy wynik powyższych działań zostanie zaokrąglony do dwóch miejsc po przecinku.

Zamawiający dokona oceny ofert przyznając punkty w ramach poszczególnych kryteriów oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt.

- 1) Ofertę należy przesłać do dnia **29 kwietnia 2019 r., do godziny 11.00.**
- 2) Ofertę wraz z załącznikami podpisaną przez osobę uprawnioną do reprezentowania Wykonawcy należy przysyłać wyłącznie drogą mailową na adres: zapytania-bizgov@mpit.gov.pl wpisując w temacie mail: „Biznes.gov.pl Facebook - oferta”.