



Współpraca z agencją PR

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia



I. INFORMACJE O MARCE

MARKA	Biznes.gov.pl - serwis przeznaczony dla osób zamierzających rozpocząć i prowadzących działalność gospodarczą; strona prowadzona jest przez pracowników Departamentu Gospodarki Elektronicznej w Ministerstwie Rozwoju.
STRONY INTERNETOWE/ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	<ul style="list-style-type: none">- www.biznes.gov.pl- profil na Facebooku Biznes.gov.pl https://www.facebook.com/biznesgovpl- profil na LinkedIn Biznes.gov.pl https://www.linkedin.com/company/biznes-gov-pl- kanał na YouTube Biznes.gov.pl https://www.youtube.com/biznes-gov-pl

II. PRZEDMIOT I KONTEKST ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest zaplanowanie i zrealizowanie działań PR dla marki Biznes.gov.pl, skierowanych do określonych grup docelowych.

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:

- a) informacyjne – opisy procedur, interpretacje prawne, wzory wniosków i formularzy, odpowiedzi na pytania, wizytówki urzędów;
- b) transakcyjne – elektroniczna (on-line) możliwość wysłania wniosku do danego urzędu oraz dalsza realizacja procedur – odebranie pisma z urzędów i udzielenie odpowiedzi również drogą online;
- c) 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. CELE

Cel komunikacyjny

- wzrost wiedzy wśród poszczególnych grup odbiorców na temat tego, co można zyskać, korzystając z serwisu Biznes.gov.pl

Cele mediowe

- wzrost liczby użytkowników, którzy korzystają z usług online oraz treści udostępnianych w serwisie Biznes.gov.pl
- osiągnięcie wysokiej częstotliwości komunikacji w mediach

IV. GRUPY DOCELOWE

1. Osoby planujące założenie własnej firmy.
2. Mikro, mali i średni przedsiębiorcy.
3. Biura księgowe, finansowe, firmy podatkowe.

V. ZADANIA WYKONAWCY PO PODPISANIU UMOWY

1. Działania komunikacyjne wokół tematów/artykułów publikowanych na stronie Biznes.gov.pl.

Do zadań Wykonawcy należeć będzie:

- a. Przygotowywanie informacji prasowej z grafiką/zdjęciem/infografiką;
- b. Dystrybucja pakietu ww. materiałów do listy minimum 20 dziennikarzy, którzy opublikują artykuł na portalach o tematyce biznesowej. Portale powinny być dobrane w taki sposób, by dla 10 z nich miesięczna średnia liczba realnych użytkowników (RU) wynosiła co najmniej 3 mln (wg badania Gemius/PBI), a dla pozostałych 10, pomiędzy 1 a 3 mln RU. Lista portali zostanie każdorazowo zaakceptowana przez Zamawiającego i wysłana do akceptacji Zamawiającego razem z informacją prasową.

Zamawiający szacuje, że w trakcie trwania umowy zostanie zrealizowanych maksymalnie 10 działań komunikacyjnych wokół tematów/artykułów.

2. Opracowywanie koncepcji/scenariuszy oraz produkcja i rozdysponowanie podcastów dotyczących tematów publikowanych na Biznes.gov.pl

Do zadań Wykonawcy należeć będzie:

- a. zaproponowanie formuły i brandingu podcastu,
- b. zaproponowanie prowadzącego z min. dwuletnim doświadczeniem w prowadzeniu podobnych formatów,
- c. organizacja części technicznej i logistycznej (zapewnienie miejsca do nagrywania, sprzętu, montaż, oczyszczanie ścieżek, meta dane itp.),
- d. realizacja i publikacja podcastu na minimum 5 najpopularniejszych platformach oraz w aplikacjach podcastowych),
- e. produkcja krótkiego materiału video 9 do 30 sekund, zapowiadającego tematykę zawartą w podcaście,
- f. stworzenie transkrypcji podcastu.

Zamawiający szacuje, że w trakcie trwania umowy zostanie zrealizowanych maksymalnie 10 podcastów.

3. Działania komunikacyjne wokół danych i statystyk Zamawiającego (przykład statystyk w załączeniu do SOPZ)

Do zadań Wykonawcy należeć będzie:

- a. Przygotowywanie informacji prasowej z przeważającym materiałem - infografiką.
- b. Przygotowywanie krótkiego materiału wideo z wypowiedzią eksperta, który będzie komentował dane zaprezentowane w materiale.
- c. Dystrybucja pakietu ww. materiałów do listy minimum 20 dziennikarzy prasowych, którzy opublikują materiał na portalach o tematyce biznesowej. Portale powinny być dobrane w taki sposób, by dla 10 z nich miesięczna średnia liczba realnych użytkowników (RU) wynosiła co najmniej 3 mln (wg badania Gemius/PBI), a dla pozostałych 10, pomiędzy 1 a 3 mln RU. Lista portali zostanie każdorazowo zaakceptowana przez Zamawiającego i wysłana do akceptacji Zamawiającego razem z informacją prasową.

Zamawiający szacuje, że w trakcie trwania umowy zostanie zrealizowanych maksymalnie 5 działań komunikacyjnych wokół danych i statystyk.

4. Przygotowywanie zestawień opublikowanych materiałów, o których mowa w punktach V.1-3

Do zadań Wykonawcy należeć będzie informowanie Zamawiającego w formie raportów lub innych zestawień, na jakich portalach o tematyce biznesowej i w jakim czasie zostały opublikowane artykuły/materiały przesłane do dziennikarzy. Raporty będą podsumowaniem miesięcznym i zostaną dostarczone przez Wykonawcę na adres e-mail Zamawiającego podany w umowie, do 7 dni po zakończeniu danego miesiąca.

W raportach Wykonawca uwzględni informację o liczbie użytkowników, do której dotarł opublikowany materiał oraz liczbie wyświetlonych podcastów. Wykonawca będzie przedstawiał niniejsze liczby również na każdą prośbę Zamawiającego.

UWAGA: Zamawiający po podpisaniu umowy przekaze Wykonawcy tematy, linki do podstron Biznes.gov.pl oraz dane i statystyki, na podstawie których będą prowadzone działania komunikacyjne.

VI. WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA

- 1) Termin realizacji zamówienia wynosi 12 miesięcy od dnia podpisania umowy.
- 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:
 - a) ścisłej współpracy z Zamawiającym i bieżących konsultacji opracowywanych materiałów,
 - b) udziału w spotkaniach w siedzibie Zamawiającego lub za pomocą wideokonferencji, zgodnie z zapotrzebowaniem zgłaszanym przez Zamawiającego lub z inicjatywy Wykonawcy,
 - c) uwzględniania dostarczanych przez Zamawiającego w trakcie realizacji zadania: informacji, uwag i rekomendacji.

5) Wykonawca przeniesie na Zamawiającego 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, które zostaną określone w umowie.

VII. ZASADY ROZLICZANIA

Rozliczenie Zamówienia nastąpi w sześciu okresach rozliczeniowych, z których każdy będzie liczył cykl dwumiesięczny, od dnia podpisania umowy. Płatności będą realizowane na podstawie raportów z wykonanych zadań, o których mowa w części V.4.

VIII. WARUNKI PRZYSTĄPIENIA DO ZAMÓWIENIA

1) Doświadczenie Wykonawcy

Wykonawca powinien posiadać przynajmniej dwuletnie doświadczenie w realizacji podcastów oraz trzyletnie doświadczenie w prowadzeniu działań PR, w tym współpracę z administracją publiczną.

2) Doświadczenie osób

Wykonawca będzie dysponował następującym zespołem do realizacji zamówienia:

- Osoba odpowiedzialna za realizację i do stałego kontaktu z Zamawiającym, min. 2 lata doświadczenia w zakresie planowania i prowadzenia działań PR,
- Osoba odpowiedzialna za grafikę/infografikę, min. 2 lata doświadczenia w zakresie tworzenia projektów graficznych do komunikacji internetowej;
- Osoba odpowiedzialna za prowadzenie podcastu, min. 2 lata doświadczenia w prowadzenia podcastu lub innych, podobnych formatów wideo;
- Osoba odpowiedzialna za produkcję podcastu, min. 2 lata doświadczenia w zakresie realizacji materiałów typu podcast lub innych, podobnych formatów wideo.
- Osoba odpowiedzialna za analizę materiałów/artykułów/danych/statystyk i tworzenie informacji prasowych oraz materiałów merytorycznych, min. 2 lata doświadczenia w analizowaniu i pisaniu tekstów o tematyce biznesowej.

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

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.	Propozycja informacji prasowej (z grafiką, zdjęciem lub infografiką);	30%
3.	Propozycja koncepcji podcastu;	30%

Zamawiający dokonując oceny ofert będzie brał pod uwagę:

1. W kryterium „Cena” zostanie zastosowany wzór:

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

2. Punkty za kryterium „Propozycja informacji prasowej (z grafiką, zdjęciem lub infografiką”, zostaną przyznane w skali do 30 pkt, zgodnie z poniższymi zasadami:

A. Prostota i konkretność – do 15 pkt

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

B. Dopasowanie treści do grupy docelowej – do 15 pkt

(przez co rozumie się, że treść oraz element dodatkowy są dobrane w sposób jasny i przemyślany do grupy docelowej, o której mowa w rozdziale IV);

3. Punkty za kryterium „Propozycja koncepcji podcastu” zostaną przyznane w skali do 30 pkt, zgodnie z zasadą:

A. Wiarygodność i dopasowanie – do 15 pkt

(przez co rozumie się, że materiał jest rzetelnie przygotowany, uczestnicy są wiarygodni, a platformy rozdysponowania podcastów są dopasowane do grup docelowych);

B. Unikalność koncepcji i sposób prezentacji tematu – do 15 pkt

(przez co rozumie się, że koncepcja wyróżnia się na tle innych (biorąc pod uwagę serię podcastów), a scenariusz jest uporządkowany i logicznie przedstawiony, przez co temat jest zrozumiały dla odbiorców);

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.

X. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

Oferta powinna zawierać:

1. Wypełniony formularz ofertowy, wg załącznika nr 1 do SOPZ, w tym:
 - a) pojedynczy oraz całkowity koszt realizacji działań, o których mowa w rozdziale V;
 - b) koszt przekazanych autorskich praw majątkowych do wszystkich utworów powstałych w związku z realizacją zadania;
 - c) całkowity koszt realizacji zadania;
2. Zrealizowane zadanie, którego opis stanowi załącznik nr 2 do SOPZ.

Oferty należy przesłać do **5 sierpnia 2020 r.** wyłącznie drogą mailową na adres: zapytania-bizgov@mr.gov.pl wpisując w temacie maila: „Oferta_agencjaPR”.

XI. INFORMACJE DODATKOWE

- 1) Niniejsze rozeznanie cenowe nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu Cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem w rozumieniu ustawy Prawo zamówień publicznych.
- 2) Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
- 3) W celu zapewnienia porównywalności ofert Zamawiający zastrzega sobie prawo do skontaktowania się (telefonicznie, e-mailowo) z Oferentami, których dokumenty będą wymagały uzupełnienia, wyjaśnienia lub doprecyzowania.
- 4) Dokumenty, co do których dany Oferent nie dokonał uzupełnień, wyjaśnień lub doprecyzowania w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego nie będą rozpatrywane.

5) Zamawiający zawiera umowy na podstawie wzorów umów stosowanych w Ministerstwie Rozwoju.