



Warszawa, 25.10.2018 r.

Numer postępowania 30/2018/BP
BA.261.BP12.2018.1

Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na kampanię promocyjną Narodowego Portalu Turystycznego.

ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2018 r. poz. 1986), Zamawiający przekazuje odpowiedzi na pytania, które wpłynęły od wykonawcy.

Pytanie 1

Odnosząc się do SIWZ V punktu 2 – Czy w składanej ofercie mamy użyć miksu mediów o których mowa jest w „Przykładowych działaniach” ?

Odpowiedź 1

Nie, w składanej ofercie nie należy użyć miksu mediów, o których mowa jest w „Przykładowych działaniach.”

Pytanie 2

Wspomniana jest kwestia „obsługi landing page akcji konkursowej i związanej z niej procedurą konkursową jak i mechanizmem” czy w ramach kampanii mamy również stworzyć akcję konkursową ?

Odpowiedź 2

Nie, czy w ramach kampanii nie należy stworzyć również akcji konkursowej.

Pytanie 3

Czy Zamawiający określa wymaganą ilość nośników reklamowych czy zależy to od koncepcji wykonawcy?

Odpowiedź 3

Zamawiający nie określa wymaganej liczby nośników. Powinna ona zostać dopasowana do założeń wymaganych KPI oraz koncepcji wykonawcy.

Pytanie 4

Czy otrzymamy materiały graficzne do produkcji nośników (np. zdjęcia wybranych atrakcji turystycznych)?

Odpowiedź 4

Nie, Zamawiający nie udostępnia materiałów graficznych do produkcji nośników. Wykonawca powinien pozyskać materiały graficzne we własnym zakresie. Zamawiający udostępnia jedynie logo POT oraz logo Polska.

A. Og

Pytanie 5

Czy Zamawiający dysponuje materiałami video?

Odpowiedź 5

Nie, Zamawiający nie dysponuje materiałami video. Materiały video Wykonawca powinien pozyskać lub wyprodukować we własnym zakresie.

Pytanie 6

W SOPZ znalazła się informacja „Przygotowanie i optymalizacja treści na dedykowane landing page dla tematów wymienionych w pkt. 1.” – jaki rodzaj i jaką ilość treści powinniśmy uwzględnić? Czy chodzi o treści tekstowe?

Odpowiedź 6

Chodzi o treści tekstowe oraz zdjęcia na landing page.

Pytanie 7

Czy Zamawiający nie wymaga na tym etapie przedstawienia konkretnej strategii działań?

Odpowiedź 7

Zamawiający na tym etapie wymaga przedstawienia wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej.

Pytanie 8

Czy Wykonawca ma dołączyć do oferty proponowany mediaplan?

Odpowiedź 8

Zamawiający wymaga na tym etapie przedstawienia wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej. Wykonawca może w jego ramach dołączyć także proponowany mediaplan.

Pytanie 9

Czy sugerowany podział budżetu (działania wizerunkowe o wysokim zasięgu – 40% budżetu kampanii, działania efektywnościowe generujące ruch na stronie – 60% budżetu kampanii) jest wiążący?

Odpowiedź 9

Nie, podział budżetu (działania wizerunkowe o wysokim zasięgu – 40% budżetu kampanii, działania efektywnościowe generujące ruch na stronie – 60% budżetu kampanii) jak zapisano jest sugerowany.

Pytanie 10

Czy Zamawiający dopuszcza zmianę proporcji w kampanii?

Odpowiedź 10

Tak, Zamawiający dopuszcza zmianę proporcji w kampanii.

Pytanie 11

Czy Zamawiający wymaga wskazania jednego, uśrednionego CTR dla kampanii zasięgowej i generującej ruch na www?

Odpowiedź 11

Tak, Zamawiający wymaga wskazania jednego, uśrednionego CTR dla kampanii zasięgowej i generującej ruch na www.

Pytanie 12

Czy załącznik nr 6 - wzór umowy - podlega negocjacji? Szczególnie interesuje nas paragraf 5 oraz termin płatności - czy podlega on negocjacji?

Odpowiedź 12

Wzór umowy nie podlega negocjacji.

A. Oan

Pytanie 13

Pytania do załącznika nr 1 do przedmiotu umowy do zapisu *Realizując kampanię Wykonawca w całości odpowiada za przygotowywanie niezbędnych kreacji reklamowych zgodnych z CI Zamawiającego, produkcyjnych formatów reklamowych zgodnych ze specyfikacją techniczną wydawcy, dostarczenie copy z uwzględnieniem*, oznacza, że przetarg dotyczy też przygotowania kreacji?

Odpowiedź 13

Tak, Zamawiający oczekuje całościowego przygotowania kreacji.

Pytanie 14

Czy zapis *Przygotowanie i optymalizacja treści na dedykowane landing page dla tematów wymienionych w pkt. 1 w załączniku nr 1* oznacza dostarczenie tłumaczeń treści np. w wordzie, czy całościowego przygotowania grafiki, okodowania i postawienia Landing Page?

Odpowiedź 14

Zamawiający oczekuje całościowego przygotowania grafiki, okodowania i postawienia Landing Page.

p.o. Dyrektora
Departamentu Komunikacji Internetowej


Arkadiusz Osipiuk