



Warszawa, 09.01.2019 r.

Numer postępowania 36/2018/MW
BA.261.MW.24.2018.1

WYKONAWCY

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na *Realizację kampanii promocyjno-informacyjnej w Internecie na rynkach: Rosja, Ukraina, Norwegia, USA, ZEA promująca Polskę, jako miejsce świadczenia usług prozdrowotnych*, postępowanie nr 36/2018/MW

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) zwanej dalej „ustawą Pzp”, Zamawiający przekazuje poniżej treść pytań dotyczących SIWZ wraz z udzielonymi wyjaśnieniami:

Pytanie 1:

„Który z podmiotów jest odpowiedzialny za analitykę - tj. okodowanie LP i ustawienie ich online?”

Odpowiedź:

Za w/w czynności odpowiada Wykonawca.

Pytanie 2:

„W jakiej formie przekazać rekomendację mediową? Prezentacja w ppt, excel?”

Odpowiedź:

Zgodnie z zapisem w rozdziale XI ust. 3 pkt 3) SIWZ koncepcję/prezentację linii kreatywnej należy dołączyć do oferty w formie ppt lub pdf.

Pytanie 3:

„Czy na potrzeby przetargu konieczna jest wizualizacja wszystkich 5 projektów LP (po 1 na każdy z rynków)? Czy wystarczy 1 jako wzór, na podstawie którego realizowane będą pozostałe spójne ze wzorcem LP?”

Odpowiedź:

Jeśli LP są takie same to wystarczy jeden rozbudowany/pokazujący wszystkie szczegóły jako wzór + dla pozostałych rynków opis/prosta wizualizacja. W przypadku różnych LP dla rynków należy przedstawić pełną wizualizację każdego z nich.

Pytanie 4:

„Native speaker - będzie on dedykowany tylko do weryfikacji tekstów na pierwszym etapie tworzenia LP? Czy przewidziana jest współpraca z nimi w innym zakresie prac?”

Odpowiedź:

Wszystkie materiały znajdujące się na LP muszą być napisane/zweryfikowane przez native speakera. Od Wykonawcy zależy harmonogram prac nad LP a tym samym to, jak długo będzie pracował z native speakerem.

Pytanie 5:

„W piśmie SOPZ pojawia się punkt 2.c. - nie mniej niż 10 kreacji - czy chodzi o ilość przeformatowań projektów pod różne kanały komunikacji czy osobne projekty, różne kreacje?”

Odpowiedź:

Zamawiającemu chodzi o przeformatowania pod różne kanały komunikacji. W SIWZ zostały podane kanały komunikacji, które należy użyć w kampanii.

Pytanie 6:

„Czy POT wskazuje placówki i zapewnia zezwolenia, wstępy do placówek gdzie Wykonawca ma nakręcić testimoniale?”

Odpowiedź:

Zamawiający nie wskazuje placówek ani nie zapewnia zezwoleń. To są działania po stronie Wykonawcy.

Pytanie 7:

„Czy nagrania testimoniale można ograniczyć do jednego miejsca w Polsce i np 2 sesji nagraniowych?”

Odpowiedź:

Decyzja o wyborze planów, ilości dni zdjęciowych itd. leży po stronie Wykonawcy.

Pytanie 8:

Czy klienci nagrywani do testimoniale będą wskazani przez POT? Czy Wykonawca sam powinien przeprowadzić casting, przeprowadzić nabór na klientów placówek po zrealizowanych zabiegach?

Odpowiedź:

Działania te leżą po stronie Wykonawcy.

Pytanie 9:

„Czy osoby nagrywane do testimoniali muszą rzeczywiście być klientami czy mogą być to statyści/aktorzy?”

Odpowiedź:

To Wykonawca decyduje czy osoby nagrywane rzeczywiście będą klientami czy też będą to statyści/aktorzy.

Pytanie 10:

„Treści / materiały zdjęciowe na LP - otrzymamy od POT czy Wykonawca musi opracować wyprodukować je sam?”

Odpowiedź:

Opracowanie i wyprodukowanie materiałów zdjęciowych leży po stronie Wykonawcy.

Pytanie 11:

„Czy testimoniale jako format kampanii i określona w briefie ilość testimoniali jest obligatoryjna? Czy Wykonawca może zaproponować inny format filmu / animacji by zrealizować cel kampanii?”

Odpowiedź:

Tak, testimoniale określone w briefie są obligatoryjne. Wykonawca może w ramach dostępnego budżetu zaproponować też inne działania. Będą one traktowane jako działania dodatkowe.

Pytanie 12:

„Czy POT dysponuje zdjęciami, które Wykonawca mógłby wykorzystać do wizualizacji projektów przetargowych lub finalnych kreacji? Zdjęcia placówek ect.”

Odpowiedź:


Wykonawca składając ofertę przygotowuje ją z takich materiałów, które – po jej wybraniu – zostaną użyte do realizacji kampanii. Zamawiający nie narzuca żadnych wizualizacji.

Odpowiedzi na pytania nie stanowią modyfikacji treści Ogłoszenia oraz SIWZ.

Starszy Specjalista
Biuro Administracyjne

M. Witk.

Marzena Witkowska

2 40
Wicedyrektor
Departament Strategii i Marketu

Artur Brandysiewicz

