



Załącznik nr 1

**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia
oraz
warunki jakie musi spełnić Wykonawca
(SOPZ)**

Przedmiotem zamówienia jest **świadczenie usług celem prowadzenia kampanii w mediach społecznościowych na potrzeby promocji, informacji i edukacji** dla Oddziału Zamiejscowego ds. obsługi i promocji Polskiego Bonu Turystycznego.

1. Specyfikacja przedmiotu zamówienia:

- 1.1. Obsługa mediów społecznościowych w zakresie: Strony Zamawiającego w **portalu Facebook**:
 - a. Opracowanie i publikacja 1-5 postów tygodniowo, w zależności od bieżących potrzeb oraz trwających kampanii,
 - b. zróżnicowana forma publikowanych treści:
 - 1.1.b.1. dominacja krótkich treści (30-45 znaków), będących sloganem dotyczącym treści umieszczonych na grafikach,
 - 1.1.b.2. dłuższe treści (raz w tygodniu) w ramach cyklicznych działań komunikacyjnych we współpracy z biurem prasowym.
 - c. prowadzenie konkursów tematycznych ustalonych ze zleceniodawcą,
 - d. prowadzenie i obsługa kampanii płatnych po konsultacji z Zamawiającym (budżet kampanii po stronie zamawiającego).
- 1.2. Obsługa mediów społecznościowych w zakresie: Strony Zamawiającego w **portalu Instagram**:
 - a. publikacja do 6 otagowanych wpisów tygodniowo, w zależności od bieżących potrzeb oraz trwających kampanii,
 - b. regularna publikacja materiałów w relacjach,
 - c. prowadzenie kampanii płatnych (budżet po stronie Zamawiającego).
- 1.3. Obsługa mediów społecznościowych w zakresie: Strony Zamawiającego w **portalu Twitter**:
 - a. odpowiadanie na merytoryczne wpisy dotyczące bezpośrednio Polskiego Bonu Turystycznego,
 - b. publikacja jednego wpisu dziennie, spójnego z komunikacją na Facebooku, i we współpracy z biurem prasowym,
 - c. publikacja oficjalnych oświadczeń Rzecznika Polskiej Organizacji Turystycznej dotyczących Polskiego Bonu Turystycznego.
- 1.4. Obsługa mediów społecznościowych w zakresie : Strony Zamawiającego w **portalu LinkedIn**:
 - a. Obsługa oficjalnego konta Polskiego Bonu Turystycznego,
 - b. Nawiązywanie oraz utrzymywanie kontaktu z przedsiębiorcami.
- 1.5. Codzienne tworzenie grafik na potrzeby mediów społecznościowych.
- 1.6. Opracowanie materiałów wideo:
 - a. Tworzenie i publikacja filmów promujących Polski Bon Turystyczny – 4 filmy w miesiącu, długość 30s,
 - b. Do realizacji tego zadania Wykonawca zapewni profesjonalną i doświadczoną ekipę zdjęciową i dziennikarską, obsługę lektorską i montażową oraz oprawę muzyczną,
 - c. Wykonawca zapewni własny profesjonalny sprzęt, transport i zakwaterowanie ekipy na terenie całej Polski.



- 1.7. Współpraca z Zamawiającym przy komunikowaniu w mediach społecznościowych wydarzeń w ramach promocji Polskiego Bonu Turystycznego.
 - 1.8. Gotowość do pracy przy wszystkich mediach w godz. 8-16 - czas reakcji maksymalnie 1,5 godz.; pozostałe godziny czas reakcji maks. 3 godz., weekendy 5 godz.
 - 1.9. Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi:
 - a. reagowanie na wiadomości i komentarze w mediach społecznościowych (w godzinach 8.00-16.00),
 - b. publikowanie oświadczeń rzecznika.
 - 1.10. Opracowanie wielokanałowych kierunków strategicznego działania w Internecie i mediach społecznościowych:
 - a. Opracowanie wraz z zamawiającym „clickbajtowych” sloganów i własnych tagów jako haseł przewodnich kampanii i ich aktualizacja co dwa tygodnie przez okres trwania umowy,
 - b. Przygotowanie harmonogramu kampanii w poszczególnych kanałach i do wybranych grup docelowych oraz jego aktualizacja co najmniej raz na m-c przez cały czas trwania umowy,
 - c. Cotygodniowe opracowanie koncepcji i harmonogramu publikacji w mediach społecznościowych.
2. Wykonawca musi wykazać się posiadaniem niezbędnych zasobów ludzkich, to znaczy zespołem co najmniej 3 osób, z których przynajmniej:
- 2.1. jedna osoba (specjalista aplikacji i narzędzi internetowych, w tym mediów społecznościowych) posiada co najmniej udokumentowane (CV) 3 letnie doświadczenie w prowadzeniu fanpage'ów lub stron firmowych w mediach społecznościowych);
 - 2.2. jedna osoba (grafik) posiada co najmniej 3 letnie udokumentowane (CV) doświadczenie w opracowywaniu projektów graficznych na potrzeby branży reklamowej; przy czym dana osoba może spełniać więcej niż jeden z powyżej wskazanych wymogów.
 - 2.3. jedna osoba (operator) posiada co najmniej udokumentowane (CV) 2 letnie doświadczenie jako operator kamery, oraz doświadczenie w nagraniu przynajmniej 10 filmów informacyjnych i/lub promocyjnych, które zostały opublikowane w mediach o zasięgu min. lokalnym lub telewizjach internetowych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert;
 - 2.4. jedna osoba (grafik) posiada co najmniej 3 letnie udokumentowane (CV) doświadczenie w opracowywaniu projektów graficznych na potrzeby branży reklamowej; przy czym dana osoba może spełniać więcej niż jeden z powyżej wskazanych wymogów.
 - 2.5. przy czym dana osoba może spełniać więcej niż jeden z powyżej wskazanych wymogów.
3. Wykonawca przedstawi 2 przykładowe kreacje dotyczące projektu. W tym jedna skierowana do przedsiębiorców a druga do beneficjentów PBT (kreacja).
4. Termin realizacji zamówienia: od 01.12.2020 do 31.12.2021.
5. Umowa na czas określony, okres wypowiedzenia 1 miesiąc.
6. Płatność w cyklach miesięcznych na podstawie faktury VAT z odroczonym terminem płatności 14 dni od przekazania prawidłowo wystawionej faktury.
7. Usługi będą świadczone dla Oddziału zamiejscowego ds. obsługi i promocji Polskiego Bonu Turystycznego - ul. Janańska 32, 32-020 Wieliczka. Zamawiający oczekuje co najmniej 3 cyklicznych spotkań na miesiąc w siedzibie.
8. Termin składania ofert: do dnia 19.11.2020 r. , w formie mailowej na adres: zamowieniaoz@pot.gov.pl z zastrzeżeniem pkt. 13 oraz pkt 14 SOPZ.



9. Kryteria wyboru i ich wagi:

- a. Cena - (40%),
- b. Czas działania na rynku (minimum 2 lata) wraz z załączonym portfolio wykonawcy - (15%),
- c. Udokumentowane doświadczenie zespołu (załączone CV bądź oświadczenie o spełnianych kryteriach) - (25%).
- d. Kreatywność (20%).

10. Zamawiający dokona oceny złożonych ofert w oparciu o niżej przedstawiony sposób. Obliczenia będą prowadzone z dokładnością do trzech miejsc po przecinku.

10.1. Sposób obliczania punktów dla kryterium: Cena - (40%),

$$C = C_{\min} / C_0 \times 40\%$$

gdzie: C to liczba punktów przyznanych za kryterium cena, $C_{\min}$ to najniższa cena oferty spośród ofert ważnych i nie podlegających odrzuceniu, C_0 - cena oferty badanej.

10.2. Sposób obliczania punktów dla kryterium: Czas działania na rynku (min. 2 lata) - (15%), Udokumentowane doświadczenie zespołu - (25%), Kreatywność (20%).

$$X = X_0 / X_{\max} \times Y\%$$

gdzie: X to liczba punktów przyznanych za dane kryterium, $X_{\max}$ to najwyższa wartość w danym kryterium spośród ofert ważnych i nie podlegających odrzuceniu, X_0 - wartość oferty badanej w danym kryterium, Y% to waga danego kryterium.

10.3. Czas działania na rynku (minimum 2 lata) wraz z załączonym portfolio wykonawcy – 0 do 4 punktów, gdzie:

- a. Czas działania na rynku (min. 2 lata) do 2 punktów, 1 punkt za każdy rok działalności.
- b. Portfolio zawiera :
 - 2 pkt - dwie przykładowe kampanie w mediach społecznościowych przeprowadzonych w ciągu ostatnich 12 miesięcy, ze wskazaniem na zasięg kampanii (niepłatnej) oraz czas działania kampanii
 - 1 pkt – jedną przykładową kampanię w mediach społecznościowych przeprowadzoną w ciągu ostatnich 12 miesięcy, ze wskazaniem na zasięg kampanii (niepłatnej) oraz czas działania kampanii
 - 0 pkt – nie zawiera przykładowej kampanii w mediach społecznościowych przeprowadzonej w ciągu ostatnich 8 miesięcy, ze wskazaniem na zasięg kampanii (niepłatnej) oraz czas działania kampanii

10.4. Doświadczenie i zespół - 0 do 4 punktów, gdzie:

- 3 – bardzo duże udokumentowane doświadczenie,
- 1 – wykazana współpraca z organizacjami bądź podmiotami działającymi w sektorze związanym z turystyką bądź sportem,
- 0 – brak doświadczenia.

12.5. Kreatywność

- a. kreatywność skierowana do przedsiębiorców od 0-2 punktów, gdzie:



- 2 pkt – kreacje są ciekawe, merytoryczne, przyciągające uwagę nie budzą zastrzeżeń
- 1 pkt - kreacje są ciekawe, merytoryczne, przyciągające uwagę, budzą zastrzeżenia,
- 0 pkt – kreacje nie są ciekawe ani merytoryczne, nie przyciągające uwagi i budzące zastrzeżenia.
- b. kreacja do beneficjentów od 0-2 punktów, gdzie:
 - 2 pkt – kreacje są ciekawe, merytoryczne, przyciągające uwagę nie budzą zastrzeżeń
 - 1 pkt - kreacje są ciekawe, merytoryczne, przyciągające uwagę, budzą zastrzeżenia,
 - 0 pkt – kreacje nie są ciekawe ani merytoryczne, nie przyciągające uwagi i budzące zastrzeżenia.

11. Na kompletną ofertę Wykonawcy składa się:

- a. formularz ofertowy - wzór własny Wykonawcy, wysłany w formacie PDF, w przypadku ofert podpisanych w sposób tradycyjny dopuszcza się złożenie oferty w formie skanu w formacie PDF. Formularz ofertowy oprócz oferowanych warunków powinien zawierać datę sporządzenia, dane firmy (nazwa, adres, NIP) oraz imię i nazwisko osoby składającej,
- b. portfolio Wykonawcy,
- c. referencje,
- d. Załącznik nr 2 - Formularz cenowy w formacie XLS – uzupełniony formularz należy odesłać w pliku XLS,
- e. Oświadczenie o akceptacji warunków określonych we wzorze umowy współpracy (Załącznik nr 3 zapytania ofertowego),
- f. pełnomocnictwo (jeżeli ma zastosowanie).

12. Ofertę należy złożyć w języku polskim.

13. W postępowaniu mogą wziąć udział podmioty, które:

- a. posiadają kompetencje oraz uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej;
- b. posiadają zdolność techniczną lub zawodową;
- c. znajdują się w sytuacji finansowej i ekonomicznej zapewniającej prawidłowe i terminowe wykonanie zamówienia;
- d. złożą ważną i kompletną ofertę w terminie wyznaczonym do składania ofert.

14. Pozostałe informacje:

- a. Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. W przypadku złożenia przez Wykonawcę więcej niż jednej oferty, wszystkie oferty danego Wykonawcy zostaną odrzucone.
- b. Wykonawca pozostanie związany ofertą przez okres 30 dni.
- c. Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- d. Oferta powinna być podpisana zgodnie z reprezentacją Wykonawcy lub podpisana w imieniu Wykonawcy przez należycie umocowaną osobę na podstawie pisemnego pełnomocnictwa. Treść pełnomocnictwa do podpisania oferty musi spełniać wymogi formalno-prawne określone w Kodeksie Cywilnym. Pełnomocnictwo należy dołączyć do oferty.