

Warszawa, 15.10.2010

ZAPYTANIE OFERTOWE

Do ubiegania się o zamówienie zapraszamy oferentów dysponujących (do wglądu na życzenie zamawiającego) rekomendacjami potwierdzającymi wykonanie w sposób nie budzący zastrzeżeń w ciągu ostatnich trzech lat przed dniem składania ofert:

- (1) co najmniej dwóch analiz danych wtórnych (metoda desk research) oraz
- (2) co najmniej jednego opracowania (np. analizy, raportu, strategii) z zakresu turystyki.

I. Przedmiot zamówienia

Opracowanie raportu „Rynek turystyczny Czech” w oparciu o analizę danych wtórnych (badanie desk research).

II. Zamawiający

Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00-613 Warszawa
NIP: 525-21-50-196

III. Wprowadzenie / Tło zamówienia

Polska Organizacja Turystyczna (POT) jest jedną z ponad 200 działających na świecie narodowych organizacji turystycznych. Celem POT jest wypromowanie Polski jako kraju atrakcyjnego dla turystów, nowoczesnego, z wysokimi standardami usług i korzystnymi cenami.

Polska Organizacja Turystyczna od początku swego istnienia prowadzi działania marketingowe na rynku czeskim, promując m.in. takie produkty jak: turystyka miejska, obiekty UNESCO, wydarzenia kulturalne, wypoczynek i wypoczynek aktywny, obiekty typu SPA. Działania promocyjne prowadzone są m.in. z wykorzystaniem następujących narzędzi: reklama w prasie konsumenckiej i Internecie, prezentacje, stoiska informacyjne na targach,

Move Your Imagination



podróże studyjne.

Obecnie, w związku z planowaną intensyfikacją działań promocyjnych na rynku czeskim, Polska Organizacja Turystyczna przygotowuje się do otwarcia przedstawicielstwa, które będzie prowadzone w formule tzw. „home office”. Otwarcie przedstawicielstwa planowane jest na początek 2011 roku.

IV. Szczegółowy zakres raportu

1. Charakterystyka rynku turystycznego Czech:

- a) omówienie aktywności turystycznej mieszkańców Czech ze szczególnym uwzględnieniem wyjazdów w czasie wolnym
 - wskaźnik aktywności turystycznej;
 - kierunki wyjazdów (podróże krajowe i zagraniczne);
 - preferencje w zakresie: wykorzystywanej bazy noclegowej i środków transportu, sposobu organizacji wyjazdu, sposobu spędzania czasu podczas wyjazdów,
 - podejmowanie decyzji o miejscu docelowym podróży - czynniki wpływające na wybór destynacji turystycznej (kryteria wyboru miejsca, sposoby i źródła pozyskiwania informacji, sposoby rezerwacji);
- b) potencjał rynku czeskiego dla podróży zagranicznych;
- c) identyfikacja segmentów istotnych dla zagranicznej turystyki wyjazdowej;
- d) tendencje, trendy i nowe zjawiska na rynku;
- e) konsumpcja mediów.

2. Charakterystyka rynku czeskich biur podróży, uwzględniająca informacje o największych touroperatorach, pośrednikach i agentach turystycznych (również internetowych oraz biurach specjalizujących się w organizacji podróży motywacyjnych) oraz o oferowanych przez nich kierunkach.

3. Omówienie przyjazdów z Czech do Polski, w podziale na odwiedzających i turystów jednodniowych:

- a) cele i motywy przyjazdów;
- b) kierunki / rozmieszczenie terytorialne przyjazdów;
- c) średnia długość pobytu, formy organizacyjne przyjazdów oraz wykorzystywane środki transportu;
- d) formy spędzania czasu wolnego;
- e) wykorzystywane rodzaje zakwaterowania;
- f) wydatki podczas podróży do Polski;
- g) struktura przyjeżdżających wg cech społeczno-demograficznych.



4. **Dostępność komunikacyjna Polski i dostępność polskiej oferty na rynku czeskim**
 - a) połączenia lotnicze, kolejowe i autobusowe;
 - b) biura podróży (w tym internetowe) prowadzące sprzedaż polskiej oferty turystycznej.
5. **Rozpoznawalność i wizerunek Polski na rynku czeskim.**
6. **Analiza SWOT Polski jako destynacji turystycznej na rynku czeskim (z uwzględnieniem krajów konkurencyjnych względem Polski).**
7. **Polski marketing na rynku czeskim**
 - a) wskazanie produktów priorytetowych i uzupełniających dla rynku czeskiego;
 - b) identyfikacja najważniejszych grup docelowych dla polskich produktów turystycznych;
 - c) propozycja pozycjonowania polskich produktów turystycznych dla wybranych grup docelowych oraz wskazanie elementów uwiarygodniających pozycjonowanie;
 - d) rekomendowane sposoby komunikacji marketingowej na rynku czeskim (w podziale na B2B i B2C) – wskazanie najważniejszych narzędzi i konkretnych kanałów komunikacji.

V. Informacje dodatkowe

W ramach realizacji zamówienia Wykonawca przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do raportu, w tym prawo do wykorzystywania raportu w części lub w całości na wszystkich polach eksploatacji określonych w ustawie o prawie autorskim. Raport (opracowany w języku polskim) zostanie przekazany Zamawiającemu w postaci trzech (3) egzemplarzy w wersji drukowanej oraz w wersji elektronicznej (płyta CD/DVD z wersjami w formacie Word i PDF – 1 egz.).

VI. Termin realizacji zamówienia: 3 grudnia 2010.

VII. Kryteria wyboru oferty: najniższa cena brutto.

VIII. Szacowana wartość zamówienia: nie może przekroczyć kwoty 25 000,00 PLN brutto.

IX. Termin składania ofert: 22.10.2010 do godz.12:00.

Oferta musi zostać przygotowana w języku polskim i zawierać wyrażoną cyfrowo i słownie cenę **brutto** w PLN. Prosimy o **nie przysyłanie** rekomendacji. Przed podpisaniem umowy o



przedstawienie rekomendacji poproszony zostanie oferent proponujący najniższą cenę brutto.

Oferte należy przesłać elektronicznie na adres e-mail: joanna.weglarczyk@pot.gov.pl

Wszelkich informacji dotyczących przedmiotu zamówienia udziela: Joanna Węglarczyk, joanna.weglarczyk@pot.gov.pl, tel: 22 536 70 48

