

Questions for ANNOUNCEMENT OF THE CALL FOR PROPOSALS
**"Organisation of roadshow for Polish Tourist Organisation in China in three cities:
Beijing, Chengdu and Shenzhen on 26th-30th of April 2015"**

1. "The Contractor shall present the Employer for approval minimum two locations for each city at least 2 weeks before the date of planned start of each workshop."

I notice that a total amount should be filled in the tender form, but if two hotels need to be provided, with different price, which price should I put in the tender form?

A:

In the offer you just present your quotation for the services mentioned. The exact locations you present after the contract has been signed. We choose one of them.

2. About workshop program

- Welcome speech and introducing the participants
- Presentations of tourist products promoting Poland performed by representatives of PTO
- Bilateral talks/ briefing for journalists
- Lunch

For Bilateral talks, it is time for Polish partners in separate tables to discuss business with Chinese travel agents. But for briefing for journalists, would you like to do this briefing in the same room where you have PPT presentation, or you would like a separate meeting room to do this briefing?

A:

Yes, bilateral talks are individual talks of each partners with Chinese travel agents – each Polish participant should have its own table for talks. Briefing can happen in the same room, it can be one by one with journalists or all at the same time. This can be discussed after the contract has been signed.

3. In the tender document, it mentioned that 50-120 agents and journalists should be present in the workshop in each city, and invitation sent to 160 agents and 20 journalists For the invited 50-120 guests, would you have a strict number segmentation of agents and journalists, e.g. agents should be 90% journalists 10%?

A:

There's no strict segmentation, however travel industry guests should prevail -80%/ 20% ration is ok. Media should be print and online.

Pytania do OGŁOSZENIA O KONKURSIE OFERT
**„Realizacja roadshow w Chinach dla Polskiej Organizacji Turystycznej w miastach
Pekin, Shenzhen, Chengdu w dniach 26-30 kwietnia 2015”**

1. „Wykonawca zaprezentuje zamawiającemu do akceptacji minimum dwie lokalizacje na każdy z eventów przynajmniej na 2 tygodnie przed planowaną datą rozpoczęcia każdego z warsztatów.” Łączna kwota powinna być wpisana w formularz ofertowy, w przypadku gdy trzeba podać dwa hotele, z różną ceną którą wartość należy wpisywać w formularz ofertowy?

Odpowiedz:

W ofercie prezentuje się łączne wynagrodzenie za usługi wymienione w zapytaniu. Szczegółowe lokalizacje podaje się po podpisaniu kontraktu. Zamawiający wybierze jedną z nich.

2.

- W temacie programu warsztatów:
- Powitanie gości i prezentacja uczestników warsztatów
- Prezentacje produktów turystycznych Polski wykonane przez przedstawiciela POT
- Rozmowy B2B i briefing dla dziennikarzy
- Lunch

Podczas rozmów bilateralnych polscy partnerzy prowadzą rozmowy z chińskimi agentami przy osobnych stołach. Czy briefing dla dziennikarzy może odbyć się w tej samej sali gdzie prezentacja czy należy wynająć osobne pomieszczenie by zrobić briefing?

Odpowiedz:

Tak, polscy partnerzy prowadzą rozmowy z chińskimi agentami przy osobnych stołach – każdy z Polskich uczestników ma do dyspozycji osobny stół do rozmów. Briefing może odbyć się w tym samym pomieszczeniu, a rozmowy z dziennikarzami indywidualne bądź ze wszystkimi na raz. Ten etap realizacji umowy zostanie poddany dyskusji po podpisaniu umowy.

3. W ogłoszeniu Zamawiający wspomina, że na warsztatach w każdym mieście powinno być obecnych 50-120 agentów i dziennikarzy, zaś zaproszenia powinny być wysłane do 160 agentów i 20 dziennikarzy.

Czy jest określony podział wśród zaproszonych 50-120 gości na agentów i dziennikarzy, np. agentów powinno być 90% a dziennikarzy 10%?

Odpowiedz:

Niema określonego podziału, chociaż goście wywodzący się z branży turystycznej (touroperatorzy) powinni przeważa w strukturze - stosunek 80%/ 20% jest pożądany. Zaproszeni dziennikarze powinni reprezentować zarówno media online jak i prasę drukowaną.