



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

Warszawa, dnia 09.06.2017 r.

**Dotyczy:** postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie zapytania ofertowego na realizację internetowej kampanii promocyjnej dedykowanej Laureatom konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny - Certyfikat POT z użyciem spotów.

### **Odpowiedzi na pytania**

#### **Pytanie 1**

W załączniku nr 1 do zapytania ofertowego przedmiot działania określony jest jako przygotowanie 11 spotów (od 30 – 60 sekundowych) dostosowanych do emisji w internecie na bazie materiałów, którymi dysponuje POT oraz przeprowadzenie kampanii promocyjnej w internecie z wykorzystaniem w/w materiału. Ponieważ w treści zamówienia znajduje się informacja, że maksymalna kwota przeznaczona na realizację zamówienia ma być nie wyższa niż 45 tysięcy złotych brutto, chcielibyśmy zapytać, czy gdzieś nie wkrał się błąd? Obecnie cena przygotowania jednego spotu video o długości 30 sekund potrafi osiągnąć od 10 do 55 tysięcy złotych. Być może w dokumencie uciekło jedno zero lub pojawił się jakiś skrót myślowy?

#### **Odpowiedź:**

Zamawiający planuje przeznaczyć na ten cel kwotę 45 tysięcy zł.

#### **Pytanie 2:**

45 tys brutto to jest kwota, która jest przeznaczona tylko na promocję, czy ma ona zawierać również wynagrodzenia agencji, opracowanie koncepcji itp?

#### **Odpowiedź:**

Kwotę 45 000,00 Zamawiający zamierza przeznaczyć na całość zamówienia.

#### **Pytanie 3:**

W jakich kanałach powinna być prowadzona kampania poza social media?

#### **Odpowiedź:**

Poza social media (głównie youtube) działania reklamowe w sieci google.

#### **Pytanie 4:**

Co rozumiemy dokładnie przez przygotowanie spotów? i w jakim stopniu powinny być wykorzystane poty zawarte w briefie? co dokładnie rozumiemy poprzez przeformatowanie?

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, Polska  
tel. +48 (22) 536 70 70, fax. +48 22 536 70 04, e-mail: [pot@pot.gov.pl](mailto:pot@pot.gov.pl)

Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej:

Amsterdam, Berlin, Bruksela, Wiedeń, Kijów, Londyn, Madryt, Moskwa, Nowy Jork, Paryż, Pekin, Rzym, Sztokholm, Tokio.

portale: [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl); [www.polska.travel](http://www.polska.travel); [www.poland-convention.pl](http://www.poland-convention.pl); [www.aktualnosciturystyczne.pl](http://www.aktualnosciturystyczne.pl); [www.edenpolska.pl](http://www.edenpolska.pl);  
[www.pieknywschod.pl](http://www.pieknywschod.pl); [www.ppr.pot.gov.pl](http://www.ppr.pot.gov.pl); [www.zarabiajnaturystyce.pl](http://www.zarabiajnaturystyce.pl); [www.polskapodajdalej.pl](http://www.polskapodajdalej.pl)

**Odpowiedź:**

Spoty zawarte w briefie stanowią podstawę w działaniach w ramach planowanej kampanii, jak zostaną przeformatowane to zależy od Wykonawcy. Celem działania kampanii jest wygenerowanie maksymalnej liczby prawidłowych wyświetleń sumarycznie wszystkich 11 spotów

**Pytanie 5:**

Czy każdy spot ma prezentować jedną destynację? ile ma być w nim naszych materiałów, a ile wykorzystania wewnętrznych?

**Odpowiedź:**

Tak. Każdy spot ma prezentować jedną destynację. Orientacyjnie 70 % materiałów Zamawiającego 30%, Zleceniobiorcy.

*z up. Anne Kozłowski*