

WYJAŚNIENIA

do Zapytania ofertowego nr P.272-11/FPM/2020 z dn. 26.06.2020 r., którego przedmiotem jest przygotowanie i realizacja kampanii pod tytułem „#DziękujemyŻePijecieMleko”

W związku z przesłanymi pytaniami z dnia 01.07.2020 r. do Zapytania ofertowego nr P.272-11/FPM/2020 Zamawiający wyjaśnia co następuje:

1) W opisie przedmiotu zamówienia nie jest wymienione STWORZENIE STRONY INTERNETOWEJ kampanii, jednocześnie w kryteriach oceny podano m.in. kryterium atrakcyjności i funkcjonalności strony. Proszę zatem o doprecyzowanie czy zadaniem agencji jest stworzenie witryny kampanii (projektowanie graficzne, projektowanie funkcjonalności, programowania, CMS) czy też jedynie tworzenie tekstów SEO, moderacja oraz kampanie w Googlu?

Zamawiający wyjaśnia, że dedykowana strona internetowa kampanii <http://www.dziękujemyzepijeciemleko.pl/> została już przygotowana przez Zamawiającego.

Zamawiający oczekuje w przygotowywanej przez Państwo ofercie atrakcyjnej aktualizacji strony kampanii, opracowania pakietu treści potrzebnych do odświeżenia strony kampanii, teksty SEO (pozycjonowanie i optymalizacja) oraz SEM (przeprowadzanie w kampanii linków sponsorowanych, optymalizacja stron internetowych i pozycjonowanie, których celem jest osiągnięcie widoczności danego serwisu czy strony internetowej w wynikach wyszukiwania).

2. W ramach kryterium oceny oferty będziemy brali pod uwagę jej (...) *atrakcyjność i funkcjonalność strony internetowej kampanii do specyfiki produktów objętych kampanią oraz grup docelowych kampanii*

2) Eksperci

Rozumiemy, że jeśli chodzi o ekspertów, będą to specjaliści w dużej mierze wyznaczeni przez Federację. Czy możemy prosić o wskazanie?

Zamawiający wymaga akceptacji wszelkich materiałów oraz działań realizowanych w ramach przedsięwzięcia. Informujemy, że z Wykonawcą, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą zostaną uzgodnione postanowienia umowy wskazujące ekspertów wyznaczonych przez PFHBiPM.

Z kolei z drugiej strony, powinniśmy mieć ekspertów dietetyki/żywienia. Czy możemy zarekomendować takie osoby?

Zamawiający wyjaśnia, że dobór innych ekspertów np. z zakresu dietetyki/żywienia będzie podlegał ocenie zgodnie z kryterium oceny *Atrakcyjność koncepcji działań PR* i oczekuje przedstawienia propozycji grona eksperckiego.

3) W jakiej formie ma być przygotowana oferta? Czy prezentacja power point czy dokument tekstowy w edytorze tekstów?

Oferta finansowa powinna być złożona przez Wykonawcę zgodnie z załącznikiem nr 2 do Zapytania ofertowego nr P.272-11/FPM/2020 z dnia 26.06.2020 r. Zamawiający nie narzucił formy złożenia oferty merytorycznej, która będzie podlegała ocenie zgodnie z kryterium „konceptja kampanii”.

Dyrektor
Polskiej Federacji Hodowców Bydła
i Producentów Mleka

Stanisław Kautz