

KAMPANIA (JN) #4/2024

Pytania i Odpowiedzi (Q&A)

26/07/2024

Do dnia publikacji niniejszego dokumentu (26/07/2024) otrzymano następujące pytania i udzielono następujących odpowiedzi:

Lp.	Data przekazania pytania	Pytanie	Odpowiedź
1.	2024-07-16	Na etapie prac nad zapytaniem ofertowym pojawiło nam się pytanie do pkt III Opis przedmiotu zamówienia, ppkt 13: Czy jako ogólnopolską stację radiową uznają Państwo tradycyjną rozgłośnię radiową czy również radio online?	Zamawiający informuje, że dopuszcza możliwość wykorzystania radia online jako opcje równoważną wskazanym w zapytaniu standardowym kanałom radiowym, podobnie jak np. wykorzystanie spotów radiowych w takich kanałach jak np. YouTube Music, Spotify, Open Fm.
2.	2024-07-18	Chciałbym dopytać o poniższy punkt: 11. Zamawiający wymaga od Oferentów doświadczenia w realizacji zleceń o podobnym charakterze – wymagane jest posiadanie przez Oferenta co najmniej pięcioletniego doświadczenia rynkowego w tym zakresie. Preferowane będą oferty od Oferentów posiadających największe doświadczenie. Czy to doświadczenie ma dotyczyć firmy, czy jej pracowników? Jak powinniśmy je udokumentować?	Zamawiający informuje, że doświadczenie rynkowe dotyczy czasu działalności na rynku, sprawdzanego na podstawie KRS lub CEIDG, natomiast przy udokumentowanych realizacjach podobnych zleceń, wymagane jest przesłanie portfolio jak również referencji od klientów Oferenta.
3.	2024-07-18	Czy są jakieś kanały mediowe online, których wykonawca ma nie uwzględniać w media planie (bo np. zamawiający będzie je realizował samodzielnie lub będzie za nie odpowiadać inna agencja)?	Zamawiający informuje, że nie określono takich kanałów.
4.	2024-07-18	W zapytaniu wskazane są spoty radiowe, czy zamiast standardowych kanałów radiowych, możemy zaproponować wykorzystanie spotów radiowych w takich kanałach jak np., YouTube Music, Spotify, Open Fm?	Zamawiający informuje, że dopuszcza taką opcję jako równoważną wskazanym w Zapytaniu standardowym kanałom radiowym.
5.	2024-07-18	Czy podobna kampania była już przeprowadzana historycznie? Jeśli tak, to czy możemy uzyskać raport z jej wynikami?	Zamawiający informuje, że nie będzie to pierwsza kampania realizowana w tym charakterze oraz nie ma możliwości udostępnienia raportu z wynikami na tym etapie.
6.	2024-07-18	Czy KPI liczbowe będą udostępnione w późniejszym etapie czy można je już teraz poznać. W zapytaniu jest taki zapis "Zamawiający informuje, że KPI, będący miernikiem stopnia realizacji kampanii i podstawą dla jej rozliczenia, podlega odpisaniu w Umowie z Wykonawcą i wymaga akceptacji przez Zamawiającego."	Zamawiający informuje, że KPI zostaną określone indywidualnie z agencją wyłonioną w konkursie na podstawie estymacji, zawartych w rekomendacji agencji, przedstawionej na etapie składania ofert.
7.	2024-07-18	Czy zamawiający ma przyjęte założenia dot. celów liczbowych, które kampania ma zrealizować? Jeśli tak, prosimy o przesłanie?	Zamawiający informuje, że nie zostały określone minimalne cele liczbowe.
8.	2024-07-18	W rzeczach, które ma uwzględniać media plan wspomniany jest zasięg. Nie ma nic o szacowanej ilości leadów/zebranych pieniędzy. Czy to właśnie całościowy zasięg ma determinować sukces kampanii, czy jednak liczba leadów na LP, czy może połączenie obu celów?	Zamawiający informuje, że najbardziej pożądanym modelem jest połączenie w rekomendacji estymacji dot. zarówno danych zasięgowych, jak i leadów.
9.	2024-07-18	Czy wykonawca ma szacować jakiegokolwiek liczby związane z wynikami na LP (poza zasięgiem, liczba emisji, liczba kliknięć)?	Zamawiający informuje, że nie jest to obligatoryjne.
10.	2024-07-18	Czy jest już LP/makieta landing page? Jeżeli tak to prosimy o link / pdf z makieta. Jeżeli nie, to czy możecie Państwo napisać jak będzie wyglądała ścieżka leada na LP, co będzie mógł na LP zrobić, jak będą zbierane dane?	Zamawiający informuje, że rozpoczęcie prac nad LP planowane jest na sierpień 2024 r.
11.	2024-07-18	Do kiedy ma trwać kampania (data startu to 14.11.2024). W zapytaniu pojawia się data 27.12.2024 jako data końcowego raportu z kampanii, czy jest to również data końca kampanii?	Zamawiający informuje, że kampania powinna zakończyć się najpóźniej do 27.12.2024r.

12.	2024-07-19	Będę wdzięczna za wyjaśnienie warunku posiadanego doświadczenia - z formularza ofertowego wynika 5-letni wymóg działalności na rynku.	Zamawiający informuje, że powyższy warunek zostanie uznany za spełniony o ile z KRS lub CEIDG będzie wynikać, że Oferent działa na rynku więcej niż 5 lat. Jeśli chodzi o potwierdzenie realizacji zleceń o podobnym charakterze, to prosimy o portfolio z trzema przykładami realizacji - zgodnie z informacją zawartą w Zapytaniu ofertowym. Można również dołączyć referencje, jednak nie jest to obligatoryjne.
13.	2024-07-23	W związku z ogłoszonym zamówieniem, prosimy o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania: Deklarowany termin rozpoczęcia wykonywania usługi oraz czas potrzebny na wykonanie usługi – to składowe oceny. Uprzejmie proszę o wyjaśnienie na czym zależy Państwu przy realizacji kampanii? Czy terminy i czas mają być dłuższe, a może lepiej punktowana będzie szybka realizacja?	Odpowiedzi na Państwa pytanie są warunki opisane w Zapytaniu ofertowym, które prezentujemy poniżej: Zamawiający informuje, że w procesie oceny ofert i wyboru Wykonawcy pod uwagę brane są następujące kryteria: a) formalne (warunek dopuszczenia do oceny), z następującymi składowymi: - kompletność, czytelność i poprawność dokumentacji ofertowej, - terminowość złożenia oferty; b) merytoryczne (50% oceny całkowitej), z następującymi składowymi: - zgodność przedmiotu oferty z przedmiotem zamówienia (w tym merytoryczna ocena przedłożonych dokumentów pod kątem realizacji założeń zawartych w zapytaniu); - doświadczenie i portfolio dotychczas zrealizowanych projektów o podobnym charakterze, w tym załączone certyfikaty lub referencje; - kreatywność zaoferowanych rozwiązań; - deklarowany termin rozpoczęcia oraz czas realizacji usługi; c) finansowe (50% oceny całkowitej), z następującymi składowymi: - cena usługi, - efektywność kosztowa (na podstawie estymowanych wyników, przedstawionych w rekomendacji, będącej częścią oferty). Zamawiający informuje, iż w przypadku każdej części składowej kryterium formalnego, możliwe jest przyznanie ofercie noty 0 lub 1, gdzie poszczególne noty oznaczają: 0 – warunek niespełniony, 1 – warunek spełniony. Uzyskanie przez ofertę noty 0 (zero) w przypadku którejkolwiek ze składowych kryterium formalnego oznacza brak możliwości zaakceptowania oferty i skutkuje niedopuszczeniem oferty do oceny merytorycznej i finansowej. Zamawiający informuje, iż w przypadku każdej części składowej kryterium merytorycznego oceny możliwe jest przyznanie ofercie noty w sześciostopniowej skali od 0 do 5 punktów, gdzie poszczególne noty oznaczają: 0 – nieakceptowalny, 1 – zły, 2 – satysfakcjonujący, 3 – dobry, 4 – bardzo dobry, 5 – doskonały. Uzyskanie przez ofertę noty 0 (zero) w przypadku którejkolwiek ze składowych kryterium merytorycznego oznacza brak możliwości zaakceptowania oferty i skutkuje niedopuszczeniem oferty do oceny finansowej. Zamawiający informuje, że preferowanymi będą oferty, które zaprezentują najbogatsze portfolio oraz dokumenty ofertowe w największym stopniu adresujące założenia zawarte w niniejszym Zapytaniu wraz załącznikami.
14.	2024-07-24	W formularzu ofertowym jest wskazane Portfolio: "minimum 2 zrealizowane kampanie o zasięgu ogólnopolskim, liczba zrealizowanych kampanii o zasięgu ogólnopolskim, zaprezentowanych w portfolio przesłanym wraz z ofertą" - nie ma tutaj informacji, że kampanie te mają dotyczyć działań fundraisingowych i podobnych z kolei w zapytaniu ofertowym wskazane jest: "portfolio z co najmniej trzema podobnymi do przedmiotu zamówienia realizacjami" Zatem: 1. Ile powinniśmy faktycznie wskazać? 2. Czym są dla Państwa podobne realizacje? Czy chodzi o podobny profil klienta / kampanii, czy cel?	Zamawiający informuje, że doświadczenie rynkowe dotyczy wpisów do KRS lub CEIDG, gdzie Oferent dysponuje udokumentowaną co najmniej 5-letnią działalnością. Ad 1: Trzy w zupełności wystarczą. Ad 2: Ponieważ nie określono zakresu podobieństwa, Oferent może wskazać pod jakim kątem wybrał prezentowaną realizację. Może być to zarówno cel, jak i profil kampanii. Im więcej cech się będzie pokrywać tym większe podobieństwo.
15.	2024-07-24	Cena usługi: W zapytaniu ofertowym pojawia się informacja, że jedną ze składowych oceny oferty jest „cena usługi”. Co dokładnie oznacza cena usługi, czy mają Państwo na myśli stawki zakupowe mediów, czy może chodzi o koszt obsługi kampanii?	Zamawiający informuje, że cena usługi zawiera koszty zakupu mediów oraz koszt obsługi kampanii.
16.	2024-07-24	Elementy oferty: W zapytaniu ofertowym pojawia się informacja dot. elementów oferty. Czy zamawiający posiada jakiś plan dot. podziału budżetowego względem konkretnych elementów media planu? Przykładowo: Radio 50%, Video 30%, Działania w Internecie 20%.	Zamawiający informuje, że podział budżetu nie został zdefiniowany, a zadaniem agencji jest zarekomendowanie najlepszego media splitu.

17.	2024-07-24	Monitoring kampanii: W briefie kampanii pojawia się informacja dot. osiągnięcia pozytywnego wyniku finansowego (zbiórka przez LP), a w zapytaniu ofertowym pojawia się informacja o liczbie zaangażowanych. Czy w związku z tym zamawiający udostępni panele analityczne (tj. GA4) do dyspozycji agencji? Czy agencja może ingerować w konfigurację analityki?	Zamawiający informuje, że zadaniem agencji jest zbudowanie jak największego zaangażowania i precyzyjne dotarcie do TG. Celem całej kampanii (na którą poza działaniami mediowymi składa się wiele składowych) jest osiągnięcie pozytywnego wyniku finansowego. Ten drugi jest więc celem pośrednim, zdefiniowanym dla całej kampanii.
18.	2024-07-24	Czy poprzez zapis „dokumenty potwierdzające prawo do podpisania oferty, pełnomocnictwa (jeżeli dotyczy)” rozumieją Państwo wypis z KRS?	Zamawiający informuje, że w przypadku osób upoważnionych widniejących w KRS wystarczy załączyć do Oferty aktualny wypis. Honorowane jest również upoważnienie pisemne przez osoby prawnie władne do wystawienia takiego pisma. Ponadto Zamawiający informuje, że proces o oznaczeniu KAMPANIA (JN) #4/2024 nie jest podlega przepisom ustawy Prawo zamówień publicznych, zgodnie z treścią Zapytania ofertowego.
19.	2024-07-24	Czy możemy rościć o podanie adresu strony do której kierować ma kampania opisana w briefie oraz podania adresów profili Social Media które będą wspierane w czasie kampanii?	Zamawiający informuje, że adres strony www nie został jeszcze finalnie potwierdzony, a landing page zostanie utworzony w sierpniu br. Kampania będzie wykorzystywać kanały własne SM PCK, tj. https://www.facebook.com/PolskiCzerwonyKrzyz https://www.instagram.com/polski_czerwony_krzyz?igsh=MXFnd2Zka3FxOHQyNw== https://www.linkedin.com/company/polski-czerwony-krzyz%C5%BC/

Zamawiający dołożył starań, by na wszystkie zadane pytania odpowiedzieć w sposób możliwie wyczerpujący.