



Szczecin, dnia 07.08.2017 r.

Zapytanie ofertowe nr 10/FUR/2017

Szanowni Państwo!

Polska Fundacja Przedsiębiorczości, realizując Projekt pn.: „Fundusz Usług Rozwojowych w województwie zachodniopomorskim” współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2014 - 2020, zaprasza do przedstawienia oferty zgodnie z poniższą specyfikacją:

<p>Przedmiot zamówienia. Zakres usługi/ zakupu</p>	<p>Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie regionalnej kampanii informacyjno - promocyjnej projektu pn. „Fundusz Usług Rozwojowych w województwie zachodniopomorskim” Kampania odbywać się będzie na obszarze województwa zachodniopomorskiego.</p> <p>Grupa docelowa: Kampania promocyjna skierowana jest do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, mających swoją siedzibę, filię, jednostkę organizacyjną na terenie województwa zachodniopomorskiego, oraz ich pracowników (jako osoby mające wpływ na decydentów) mających zatrudnienie na terenie województwa zachodniopomorskiego.</p> <p>Kampania promocyjna projektu ma na celu poinformowanie przedstawicieli wyżej wskazanej grupy docelowej o realizacji projektu, płynących z niego korzyściach oraz wskazanie ścieżki zgłoszenia do udziału w projekcie.</p> <p>Czas trwania kampanii: Kampania informacyjno – promocyjna projektu odbędzie się w ciągu dziewięciu kwartalnych edycji w okresie trwania projektu (wrzesień 2017 – 31 marzec 2020) tj.:</p> <p>I edycja - 01.09.2017 – 30.11.2017 II edycja - 01.12.2017 – 28.02.2018 III edycja - 01.03.2018 – 31.06.2018 IV edycja - 01.07.2018 – 30.09.2018 V edycja - 01.10.2018 – 31.12.2018 VI edycja – 01.01.2019 – 31.03.2019 VII edycja – 01.04.2019 – 30.06.2019 VIII edycja - 01.07.2017 – 30.09.2019 IX edycja – 01.10.2017 – 31.12.2019</p> <p>Zasięg: województwo zachodniopomorskie</p> <p>Do obowiązków Wykonawcy będzie należało:</p> <p>1. wykonawca zaprojektuje i przygotowuje do emisji oraz wyprodukuje materiały reklamowe do wszystkich mediów, zaplanowanych w kampanii FUR – w ramach każdej edycji odrębnie, m.in.:</p> <p>A. Promocja w prasie – media lokalne biznesowe W ramach każdej edycji odrębnie:</p> <ul style="list-style-type: none">• Dobór tytułów: co najmniej jeden regionalny tytuł o charakterze biznesowym, oraz min. 2 dzienniki regionalne (lub regionalne mutacje dzienników ogólnopolskich),
---	---

- Liczba emisji w ramach każdej kwartalnej edycji:
 - Dzienniki regionalne: co najmniej 6 emisji w każdym tytule, wyłącznie w poniedziałki lub piątki
 - Prasa biznesowa: co najmniej 1 emisja.
- oferta może być przygotowana do większej liczby dzienników o zasięgu regionalnym o łącznej liczbie emisji nie mniejszej niż 12 (tak aby reklama docierała do każdego powiatu/gminy woj. zachodniopomorskiego).
- koordynacja publikacji ogłoszeń/artykułów z wydawnictwami;
- format: min. ½ strony;
- dostarczenie do Fundacji gazet, w których ukażą się artykuły (nie jest dopuszczalne dostarczenie samych wycinków z gazet).

B. Promocja w radio – zasięg regionalny

- Dobór stacji: co najmniej 2 stacje regionalne lub sieciowe spośród stacji o najwyższym stopniu słuchalności.
- Produkcja na podstawie gotowych scenariuszy przekazanych przez Zamawiającego 9 różnych spotów 30” – po 1 dla każdej z edycji (1-2 lektorów/podkład muzyczny), które Wykonawca będzie dogrywać i domontowywać do spotów na potrzeby emisji w ramach każdej z 9 edycji, zgodnie ze wskazaniem Zamawiającego.
- preferowany harmonogram emisji: emisja reklamy 3 razy dziennie w dni robocze trwająca przez maksymalnie 2 tygodnie w ciągu kwartału (w ramach każdej edycji), w godz. ok. 6:00 do 17:00 najlepiej przed wiadomościami ekonomicznymi (30 emisji w ramach jednej edycji) X 9 edycji;
- oferta może być przygotowana dla dwóch rozgłośni radiowych o zasięgu regionalnym lub dla kilku o łącznej liczbie emisji nie mniejszej niż 30 w ramach 1 edycji x 9 edycji 270 emisji.
- przygotowanie pliku w formacie do zamieszczenia na stronie www.pfp.com.pl i do otworzenia w ogólnie dostępnych programach do odtwarzania plików audio.

C. Promocja w Internecie

- format reklamy: dowolny (np. dowolne reklamy display’owe, linki śródtekstowe, wpisy na forach w imieniu Zamawiającego – na podstawie tekstu przekazanego przez Zamawiającego)
- dobór portali/stron internetowych (minimum 10): portale/strony i/lub fora dyskusyjne o charakterze biznesowym i/lub ekonomicznym i/lub finansowym i/lub gospodarczym i/lub prawnym.
- zaprojektowanie i wykonanie banerów promujących projekt;
- zaproponowanie stron internetowych, na których banery powinny się ukazywać – przez okres 29 miesięcy;
- Kampania promocyjna na portalu facebook
 - zaprojektowanie i wykonanie baneru promującego projekt
 - emisja baneru przez 29 miesięcy do docelowej grupy użytkowników z województwa zachodniopomorskiego
- Kampanie Adwords w wyszukiwarce Google, dobór min. 5 fraz w modelu long tail, - na pierwszej stronie przeglądarki Google na okres 29 miesięcy - na miejscu nie niższym niż 4-te;
 - opcjonalnie: śledzenie konwersji dla haseł, obejmujące również możliwość wymiany fraz;
 - comiesięczny raport;

D. e-mailing

- Wykonawca zakupi bazę teleadresową do min 29 tys. adresów, zawierającą adresy właścicieli firm oraz średniej wyższej kadry

	<p>zarządzającej firm z sektora MMŚP w województwie zachodniopomorskim.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wysyłka e-mailingu raz w miesiącu do min. 1000 odbiorców x 29 miesięcy (w ramach każdej wysyłki do innej bazy adresowej). • Email będzie zawierał newsletter, zawierające wszystkie informacje dotyczące projektu FUR oraz nawiązujący do kampanii w pozostałych mediach. Newsletter zostanie przygotowany przez Wykonawcę na podstawie treści przekazanych przez Zamawiającego. Po kliknięciu w e-mail odbiorca zostanie przekierowany na stronę www.fur.pfp.com.pl • Baza mailingowa musi być starannie wyselekcjonowana i zweryfikowana pod kątem jej aktualności i nie może zawierać zduplikowanych adresów. Odbiorcy mailingu muszą wyrazić zgodę na otrzymywanie treści handlowych, a ich adresy mailowe nie mogą być nadmiernie eksploatowane i zasypywane dużą ilością mailingów o takiej samej tematyce. Bazy muszą być zarejestrowane w Giodo. Wykonawca ma obowiązek przedstawić Zamawiającemu dokumenty/informacje potwierdzające legalność bazy, na podstawie której będzie realizowany mailing. • Przy założeniu zrealizowania wysyłek w ramach całej kampanii do minimum 30 tys. unikalnych odbiorców, średnie wskaźniki do osiągnięcia (do bieżącego monitorowania oraz do ujęcia w raporcie końcowym kampanii) powinny wynieść: <ul style="list-style-type: none"> • Open rate (ilość otwarć) – od 15-20%, • CTR (ilość kliknięć) – minimum 5%. <p>2. Monitoring: Wykonawca zobowiązany będzie do optymalizacji kampanii w trakcie jej trwania tj. stałego monitorowania realizacji emisji i reagowania na sytuacje powodujące potencjalne ryzyko niepowodzenia kampanii np. brak zakładanego zasięgu reklamy do wskazanej grupy odbiorców. Jeśli wskaźniki odnoszące się do akcji promocyjnej w internecie, e-mailingowej będą wynosiły mniej niż zakładane, Wykonawca ma obowiązek zaproponować i zrealizować rozwiązania mające doprowadzić do osiągnięcia założonego celu, np. powtórzyć emisję banerów lub wysyłkę części mailingów do innej bazy, modyfikując przy tym wygląd i treść wiadomości. Działania naprawcze mają być realizowane przy uzgodnieniu z Zamawiającym.</p> <p>3. Dopasowanie grup odbiorców w ramach poszczególnych kanałów dystrybucji (np. prasowa grupa docelowa, radiowa grupa docelowa, internetowa grupa docelowa, mailinowa grupa docelowa)</p> <p>4. Usługa po zakończeniu każdego z etapów zakończona raportem z realizacji kampanii. Raport, tam gdzie to możliwe, powinien zawierać szczegółowe dane demograficzne (wiek i płeć odbiorców) ich lokalizację z podziałem na miasta, gminy, czas reakcji z podziałem na dni tygodnia, pory dnia oraz informację z jakich urzędzeń korzystali użytkownicy.</p>
Miejsce dostawy:	Polska Fundacja Przedsiębiorczości Ul. Monte Cassino 32, 70-655 Szczecin
KOD CPV:	79340000-9 - Usługi reklamowe i marketingowe 79341400-0 - Usługi prowadzenia kampanii reklamowych
Informacje dodatkowe	Obowiązkiem Wykonawcy będzie oznaczenie projektów graficznych wszystkich materiałów promocyjnych związanych z kampanią zgodnie z : <i>Podręcznikiem wnioskodawcy i Beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji.</i>

	<p><i>Kartą Wizualizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa zachodniopomorskiego 2014-2020</i> Wszelkie niezbędne oznaczenia, logotypy przekaże Zamawiający.</p> <p>Obowiązkiem Wykonawcy będzie każdorazowe dostarczenie do Zleceniodawcy:</p> <ul style="list-style-type: none"> • projektów celem akceptacji; • wykonanej publikacji celem archiwizacji np. wydanie gazety, w której znajduje się ogłoszenie, pliku z nagraniem reklamy radiowej w formacie umożliwiającym odtworzenie bez konieczności zakupu specjalistycznego oprogramowania np. mp3, Print Screen ze stron internetowych na których umieszczono ogłoszenia, itp. <p>Ze względu na wymagania odnośnie promocji, wszelkie materiały powinny być kolorowe np. ogłoszenia prasowe. Zleceniobiorca posiada opracowane już materiały reklamowe (ulotki, banery itp.) i zaprojektowana kampania pod względem wizualnym powinna być z nimi spójna.</p> <p>W związku z powyższym każdy zakres będzie oceniany osobno i Fundacja zastrzega sobie prawo do:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zlecenia wykonania usługi tylko w wybranym przez siebie zakresie np. tylko litera A, mimo że oferent złożył ofertę na zakres z liter A i B; - negocjacji z Oferentem, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą celem jej dopasowania do potrzeb i możliwości projektu; - wykluczenia niektórych zakresów z zapytania i niezłożenia zleceń ze względu na znaczne niedopasowanie ofert do potrzeb projektu lub znacznego przekroczenia budżetu przewidzianego na realizację zadania; - zamieszczenia na stronie www.pfp.com.pl wszystkich powstałych w ramach zleceń zawartych w wyniku niniejszego zapytania ofertowego materiałów promocyjnych oraz ich dalszej publikacji; - autorskie prawa majątkowe do utworów powstałych w ramach zleceń zawartych w wyniku niniejszego zapytania ofertowego będą przysługiwały Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości do momentu ich przeniesienia wraz z udzieleniem nieodpłatnej licencji na rzecz WUP w Szczecinie na korzystanie z ww. utworów zgodnie z wymogami. <p>Do zapytania ofertowego nie stosuje się Ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Procedura zapytania ofertowego zostanie przeprowadzona zgodnie z zasadą konkurencyjności.</p> <p>Zamawiający dopuszcza możliwość składania ofert częściowych.</p> <p>Zamawiający zastrzega sobie prawo złożenia zamówienia częściowego.</p> <p>Zamawiający dopuszcza możliwość unieważnienia postępowania na każdym jego etapie bez podania przyczyny.</p>
Forma płatności	<p>Płatność przelewem w terminie 14 dni od daty otrzymania poprawnie wystawionej faktury. Podstawą do wystawienia faktury jest protokół zdawczo-odbiorczy podpisany przez Zleceniodawcę.</p>
Oferta	<p>Oferta musi być sporządzona poprzez wypełnienie <i>metryczki oferty</i>, zgodnie z wzorem i musi zawierać:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Opis doświadczenia Oferenta w realizacji podobnych zleceń, referencje, przykładowe realizacje (nie mniej niż 5 w ramach poszczególnych zakresów określonych wielkimi literami w okresie 3 lat od momentu ogłoszenia zapytania ofertowego). 2) Ofertę promocji w prasie – nazwy gazet, opis grupy odbiorców oraz wielkość nakładu, wielkość proponowanych artykułów reklamowych, kosztorys. 3) Ofertę promocji w radiu – nazwy stacji radiowych, opis grupy odbiorców oraz liczbę słuchaczy, proponowany harmonogram emisji, czas jej trwania, kosztorys.

	<p>4) Oferta promocji internetowych – zarys proponowanej kampanii z określeniem jej efektów, zasady rozliczeń, koszty</p> <p>5) Ofertę e-mailingu – wskazanie grupy docelowej, proponowaną liczbę adresów e-mail do których zostaną skutecznie doręczone e-maile.</p> <p>6) Ofertę cenową wyrażoną w cenach brutto oraz informację o wybranym sposobie rozliczania się. Harmonogram odbioru prac i płatności np. jednorazowo na koniec kampanii, na koniec miesiąca lub po zrealizowaniu określonych części kampanii.</p> <p>7) Okres związania ofertą (min. 4 tygodnie).</p> <p>Do oferty należy załączyć:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych i osobowych z Polską Fundacją Przedsiębiorczości zgodnie z wzorem. • Dokument lub potwierdzoną za zgodność z oryginałem kopię dokumentu potwierdzającego prawo do składania oświadczeń w imieniu Oferenta (np. odpis z KRS lub informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z Centralnej Informacji KRS, wydruk wpisu w CEIDG, itp.). • Potwierdzenie realizowanych zleceń/projektów np. referencje, umowy, itp.) umożliwiającą ocenę kryterium doświadczenie. 		
Termin nadsyłania ofert	Do dnia 14.08.2017 roku do godz. 12:00		
Miejsce i sposób składania ofert:	<p>- osobiście w siedzibie Fundacji,</p> <p>- pocztą na adres: ul. Monte Cassino 32, 70-466 Szczecin,</p> <p>- pocztą elektroniczną na adres m.kolodziejczyk@pfp.com.pl</p> <p>- faxem na nr 91 312 92 02</p>		
Kryteria wyboru/wagi punktowe	<p>Kryteria formalne:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Termin nadesłania ofert, 2. Kompletność i zgodność oferty z zapytaniem ofertowym (na podstawie wypełnionej metryczki wraz z załącznikami), 3. Doświadczenie wykonawcy w realizacji wyżej opisanych usług – min. 3 lata <p>Niespełnienie kryteriów formalnych skutkuje odrzuceniem oferty.</p> <p>Zamawiający dokona oceny ofert spośród ofert niepodlegających odrzuceniu wg następujących kryteriów:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. cena brutto - 70% II. doświadczenie Oferenta 30% <p>Ad. I. W kryterium „Cena brutto” ocena zostanie dokonana według następującego wzoru:</p> <p>Kryterium „Cena brutto” (C) = (CB/CBB) x 60</p> <p>Gdzie:</p> <p>CB - najniższa zaoferowana cena brutto wśród złożonych ofert</p> <p>CBB – cena brutto oferty badanej</p> <p>Ad. II. W kryterium „doświadczenie” ocena zostanie dokonana według następującego schematu:</p> <table border="1" data-bbox="440 1856 1393 1986"> <tr> <td data-bbox="440 1856 916 1986">Liczba przeprowadzonych kampanii marketingowych o charakterze informacyjno – promocyjnym</td> <td data-bbox="916 1856 1393 1986">Liczba punktów</td> </tr> </table>	Liczba przeprowadzonych kampanii marketingowych o charakterze informacyjno – promocyjnym	Liczba punktów
Liczba przeprowadzonych kampanii marketingowych o charakterze informacyjno – promocyjnym	Liczba punktów		

	0	0
	1-5	10
	6-10	20
	Powyżej 10	30
	<p>Ocena oferty = Kryterium cena + Kryterium doświadczenie</p> <p>W ofercie należy odnieść się do wszystkich kryteriów wyboru oferty.</p> <p>W przypadku, gdy Oferent nie wskaże informacji (przykłady realizowanych zleceń/projektów, referencji, umów itp.) umożliwiających ocenę któregoś z kryteriów (kryterium „doświadczenie”) jego oferta może zostać uznana za nieważną lub w ocenie zostanie przyznanych mu 0 pkt. w danym kryterium.</p>	
Warunki zmiany umowy	<p>Zamawiający dopuszcza zmianę realizacji przedmiotu Umowy w przypadku:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. gdy wykonanie zamówienia w określonym pierwotnie terminie nie leży w interesie Zamawiającego - zmiana umowy jest dopuszczalna w zakresie uzasadnionego interesu Zamawiającego; 2. działania siły wyższej uniemożliwiającej wykonanie zadania w określonym pierwotnie terminie - termin zostanie przedłużony o czas działania siły wyższej oraz o czas potrzebny do usunięcia skutków tego działania; 3. zmiany ustawowej wysokości podatku VAT w przypadku, gdy w trakcie realizacji przedmiotu Umowy nastąpi zmiana stawki podatku VAT dla usług objętych przedmiotem Umowy, Strony dokonają odpowiedniej zmiany wynagrodzenia umownego – dotyczy to części wynagrodzenia zakresu zadania, którego w dniu zmiany stawki podatku VAT jeszcze nie wykonano; 4. zaistnienia innych sytuacji, których nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy i mających charakter zmian nieistotnych tj. nie odnoszących się do kwestii, które podlegały ocenie podczas wyboru wykonawcy i takich, które, gdyby były znane w momencie wszczęcia procedury mającej na celu wybór wykonawcy, nie miałyby wpływu na udział większej ilości podmiotów zainteresowanych tą procedurą. 	
Zleceniodawca	<p>Polska Fundacja Przedsiębiorczości ul. Monte Cassino 32 70-466 Szczecin NIP 851-22-42-911</p>	
Osoba do kontaktu	<p>Monika Kołodziejczyk, tel. 91 312 92 09, e-mail: m.kolodziejczyk@pfp.com.pl</p>	