

Warszawa, dnia 05 kwietnia 2013 r.

**Do wszystkich Wykonawców
w postępowaniu ZP-19/FRSE/2013**

ZMIANA I WYJAŚNIENIE TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

Dotyczy: przetargu nieograniczonego na **świadczenie usługi na przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej dla Programu Europass w podziale na pakiety**, numer postępowania ZP-19/FRSE/2013.

Na podstawie **art. 38 ust. 2** ustawy Prawo zamówień publicznych Zamawiający informuje, że wpłynęły następujące pytania:

Pytanie 1

- Pakiet C - piszę za zapytaniem, jak można wycenić emisję reklamy na serwisie
- nie mając podanego dokładnego terminu emisji
 - lub
 - ilości odsłon reklamy, którą chcieliby Państwo zrealizować

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, iż zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia stanowiącym załącznik nr 2 do SIWZ, kampania reklamowa dotycząca Inicjatywy Europass powinna się odbyć w okresie od 01 maja - 15 grudnia 2013 i w tym okresie Wykonawca zapewnić powinien minimalną miesięczną ilość odsłon na portalach dla studentów na poziomie 500 000 oraz minimalną miesięczną ilość odsłon na portalach dla osób poszukujących pracy lub przekwalifikowujących na poziomie 500 000.

Ponadto Zamawiający na podstawie **art. 38 ust. 4** ustawy Prawo zamówień publicznych zmienia treść opisu przedmiotu zamówienia stanowiącego załącznik nr 2 do SIWZ w zakresie Pakietu C, poprzez dodanie zapisu: Minimalna, pozyskana przez Wykonawcę ilość wejść internauty na stronę Zamawiającego (liczba kliknięć) dla całej kampanii - 25 000.

Pytanie 2

- Pakiet C - Jak można wycenić emisję reklamy na serwisie nie mając
- zakresu tematycznego serwisu, na którym ma się pojawić reklama
 - lub
 - grupy docelowej, która ma zobaczyć reklamę

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, iż zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia stanowiącym załącznik nr 2 do SIWZ, baner reklamowy powinien ukazać się na portalach internetowych o zasięgu ogólnopolskim, o możliwie najwyższej oglądalności, skierowanych do studentów oraz do osób poszukujących pracy lub przekwalifikowujących się.

Pytanie 3

Pakiet C - Jak można wycenić emisję reklamy na serwisie nie mając metodologii obliczeń użytkowników serwisu w grupie docelowej np: Real Users (Megapanel) , Unique Users (Google Analytics)

Odpowiedź:

Zamawiający na podstawie **art. 38 ust. 4** ustawy Prawo zamówień publicznych zmienia treść opisu przedmiotu zamówienia stanowiącego załącznik nr 2 do SIWZ w zakresie Pakietu C, poprzez dodanie zapisu: Zamawiający wymaga aby Wykonawca zapewnił metodologię obliczeń realnych użytkowników serwisu w grupie docelowej poprzez Megapanel.

Pytanie 4

Pakiet C - Jak można wycenić emisję reklamy na serwisie nie mając formatów reklamowych

Odpowiedź:

Zamawiający na podstawie **art. 38 ust. 4** ustawy Prawo zamówień publicznych zmienia treść opisu przedmiotu zamówienia stanowiącego załącznik nr 2 do SIWZ w zakresie Pakietu C, poprzez dodanie zapisu: Rozmiar banera to 750x100 pikseli (62kb) lub 486x68 pikseli (19kb) lub 250x250 pikseli (50kb) lub 300x250 pikseli lub 336x280 pikseli lub 160x600 pikseli lub 728x90 pikseli - do wyboru przez Wykonawcę.

Pytanie 5

Pakiet C - Kampanie internetowe rozlicza, wg pewnych przyjętych standardów:

- okresowych (stała obecność na stronie)
- CPC (koszt kliknięcia w reklamę)
- CPM (koszt wyświetlania 1000 odsłon reklamy)

Czy zdają sobie Państwo sprawę z tego, że

np:

- Cena 1 oferenta: 5000 zł

- Cena 2 oferenta: 5001 zł

Jeżeli przetarg jest w ten sposób skonstruowany to

Oferent pierwszy w kwocie 5000 zł może wyświetlić reklamę większej ilości osób albo mniejszej, dodatkowo osobom, które nie będą w ogóle zainteresowane europassem

Oferent 2 może wyświetlić reklamę w cenie 5 zł cpm (cena 1000 wyświetleń) i zostanie ona odsłonięta milion razy, a oferent numer 1 realizować kampanię przez okres 3 miesięcy czasu,

ale nie wyświetli reklamy 100 000 razy, ponieważ nie jest na tyle odwiedzanym serwisem ?

i będzie to marnotrawstwo unijnych pieniędzy ?

Odpowiedź:

Zamawiający na podstawie **art. 38 ust. 4** ustawy Prawo zamówień publicznych zmienia treść opisu przedmiotu zamówienia stanowiącego załącznik nr 2 do SIWZ w zakresie Pakietu C, poprzez dodanie zapisu: kampania banerowa rozliczana będzie według stawek CPC.

Pytanie 6

Pakiet B - w załączniku nr 2 do SIWZ pn. Opis przedmiotu zamówienia Zamawiający wskazuje, że reklama zostanie przeprowadzona w postaci linków sponsorowanych, boksów w wyszukiwarkach lub graficznych bannerów i będzie wykorzystywała m.in. takie systemy jak Google Adwords, sieć Adkontekst, Onet boksy.

Proszę o doprecyzowanie czy wszystkie trzy wskazane wyżej systemy tj. Adwords, sieć Adkontekst, Onet boksy muszą zostać wykorzystane?

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, iż nie jest wymagane aby wszystkie trzy systemy tj. Adwords, sieć Adkontekst, Onet boksy były wykorzystywane łącznie.

Pytanie 7

Pakiet A - w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w załączniku nr 2 widnieje następujący zapis: Wykonawca zapewni gwarantowaną ilość ekranów - minimum 180 (łącznie na czas trwania całej kampanii).

Co dokładnie oznacza zapis "minimum 180 ekranów"? Czy mamy liczyć rzeczywistą ilość ekranów na których musi być wyświetlana reklama przez czas trwania całej kampanii?

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, iż zapis "minimum 180 ekranów" oznacza rzeczywistą ilość ekranów na których musi być wyświetlana reklama przez czas trwania całej kampanii.

Pytanie 8

Pakiet A - Czy przewidziany jest jeden spot o długości 1,15 minuty, czy dwa odrębne – 1 minuta i 15 sekund?

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, iż przewidziana jest emisja jednego spotu o długości 1 minuty i 15 sekund.

Ponadto Zamawiający na podstawie **art. 38 ust. 4** ustawy Prawo zamówień publicznych zmienia:

1. treść opisu przedmiotu zamówienia stanowiącego załącznik nr 2 do SIWZ w zakresie Pakietu B, poprzez dodanie zapisu:

Minimalna, pozyskana przez Wykonawcę ilość wejść internauty na stronę Zamawiającego (liczba kliknięć) dla całej kampanii - 80 000.

Rozmiar banera to 750x100 pikseli (62kb) lub 486x68 pikseli (19kb) lub 250 x 250 pikseli (50kb) - do wyboru przez Wykonawcę,

2. treść Rozdziału VI SIWZ poprzez dodanie zapisu:

Zamawiający w zakresie Pakietu C przewiduje udzielenie zamówienia uzupełniającego w wysokości 50 % zamówienia podstawowego.

ZASTĘPCA DYREKTORA GENERALNEGO
FUNDACJI ROZWOJU SYSTEMU EDUKACJI

Tomasz Bratek

FUNDACJA ROZWOJU SYSTEMU EDUKACJI

FUNDACJA ROZWOJU SYSTEMU EDUKACJI
p.o. KOORDYNATORA ZESPOŁU ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH

Piotr Sosniowski

Małgorzata Malinowska

FUNDACJA ROZWOJU SYSTEMU EDUKACJI
KRAJOWE CENTRUM EUROPASS
P.O. KOORDYNATORA

Lechosław Szafranek

