



WWF for a living planet®

Odpowiedzi na pytania do postępowania z dnia 21/09/17

W dniu 21/09/17 do postępowania zgłoszono następujące pytania

Prosimy o odpowiedź na pytanie dotyczące ww. postępowania:

1. W OPZ, w punkcie 2 zakresu zadań i obowiązków wybranego Wykonawcy jest mowa o "zaprojektowaniu wszystkich materiałów niezbędnych do przeprowadzenia kampanii". Przygotowanie jakiego rodzaju materiałów zakłada Zamawiający? Czy chodzi o "instrukcje dla społeczności lokalnych i turystów" wspomniane w "Opisie Projektu"?
2. Jaki ma być sposób wykorzystania tych materiałów lub jakie mają być kanały ich dystrybucji?
3. Jakiego rodzaju badania dotyczące skuteczności kampanii mają być zrealizowane w ramach kampanii? Na jakim obszarze? Na jakich próbach?

Z celów, efektów ani zadań wykonawcy w ramach przedmiotowej kampanii nie wynikają odpowiedzi na powyższe pytania. Nie jest znany również budżet przewidziany na realizację kampanii. Może to skutkować tym, że Zamawiający otrzyma oferty nieporównywalne co do zakresu i ceny oraz niezgodne z oczekiwaniami. Przykładowo, jeden wykonawca założy realizację wielu kosztownych działań, a inny ograniczy się do absolutnego minimum; jeden wykonawca założy w budżecie realizację badań opinii metodą CATI, inny ankietę internetową, jeszcze inny ankietę terenową na niereprezentatywnej próbie, a kolejny ograniczy się wyłącznie do zliczenia wycinków prasowych.

Zamawiający udzielił na powyższe pytania następujących odpowiedzi:

- 1) Materiały to zaproszenia na wydarzenia, w tym zaproszenia dla dziennikarzy, informacji dla dziennikarzy i materiałów informacyjne do prasy i Internetu i innych mediów; Nie chodzi tu o instrukcje dla turystów i społeczności lokalnych;
- 2) Sposób wykorzystania i kanały dystrybucji wynikają z rodzajów tych materiałów;
- 3) Badania mają m.in. opierać się o ankietę internetową, wycinki prasowe, informację w jakich mediach internetowych była przeprowadzona kampania, ilość tzw. "kliknięć" na portalach społecznościowych; wycinki prasowe;
- 4) Zamawiający określił w OPZ minimalne wskaźniki (przytoczone poniżej), które powinny zostać osiągnięte. Sposoby ich osiągnięcia powinny zostać zaplanowane i opisane przez Wykonawcę w koncepcji kampanii. Badanie efektywności ma potwierdzać osiągnięcie tych wyników.

Założeniem Kampanii jest osiągnięcie co najmniej następujących wskaźników:

- min 200 odsłon każdego z filmów promocyjnych na kanale YT lub FB;
- min 1 artykuł w mediach ogólnopolskich (internetowych lub papierowych) z linkiem do filmików lub zdjęciami z wydarzeń;
- min 1 relacja z wydarzeń w radio/TV (ogólnopolskie lub lokalne);
- min 3 wzmianki w mediach regionalnych (internetowych lub papierowych) z linkiem do filmików lub zdjęciami z wydarzeń

Koncepcja kampanii winna zawierać:

- opis głównych założeń kampanii,
- opis, w jaki sposób kampania będzie realizowała cele kampanii;
- opis oraz graficzną prezentację kampanii,
- koncepcja graficzna materiałów niezbędnych do realizacji kampanii;

