

Kraków, 29 listopada 2022 r.

13/ZP/PROM/2022



Do wszystkich Wykonawców biorących udział w postępowaniu

Dotyczy: odpowiedzi na pytania do treści Specyfikacji Warunków Zamówienia wniesionych w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego „Opracowanie strategii i prowadzenie kampanii promocyjnej Igrzysk Europejskich 2023 w mediach społecznościowych”

Działając na podstawie art. 135 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U. z 2022 r., poz. 1710 ze zm.) Zamawiający, tj. Igrzyska Europejskie 2023 spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, informuje, iż w przedmiotowym postępowaniu zostały wniesione pytania do treści Specyfikacji Warunków Zamówienia, na które udzielone zostają następujące odpowiedzi:

Pytanie nr 30: Czy podany budżet 50 000 zł jest budżetem miesięcznym czy całościowym na wszystkie aktywności w danym kanale?

Odpowiedź: Wskazany budżet na dany kanał dotyczy całego okresu realizacji zamówienia.

Pytanie nr 31: Szanowni Państwo, W nawiązaniu do Państwa odpowiedzi przesyłam pytanie doprecyzowujące: Pytanie nr 17: Czy wskazane minimalne cele mierzalne (KPI): • Facebook – 50 000 użytkowników do 31.07.2023 r. • Instagram – 20 000 użytkowników do 31.07.2023 r. • Tik-Tok – 200 000 użytkowników do 31.07.2023 r. • YouTube – 500 000 wyświetleń/film do 31.07.2023 r. to cele zasięgowe, a w przypadku Tik Toka wyświetlenia? Czy podane powyżej kwoty są brutto? Odpowiedź: Dla Facebooka, Instagrama oraz Tiktoka to cele na pozyskanie użytkowników, w przypadku YouTube – wyświetleń. Pytanie: prosimy o określenie znaczenia „Użytkownik”. Czy chodzi o followersów/obserwujących dany profil? Jeśli tak, to powyższe wskaźniki w opisanych budżetach są nie do zrealizowania. Przykładowo: Tik Tok, kampania na pozyskiwanie fanów, koszt zakupowy za fana to ok 2/2,5 zł netto (stawka zakupowa), co daje min. 400 000 zł netto. Instagram nie posiada formatu reklamowego do pozyskania fanów.

Odpowiedź: Budżet na kampanię powinien zostać uwzględniony w ofercie Wykonawcy na postawie wytycznych i określonych celi mierzalnych.

Pytanie nr 32: Czy w budżecie Google ADS jest również budżet na promocję YouTube? Odpowiedź: Harmonogram działań płatnych określonych przez Zamawiającego przy budżecie: Facebook na poziomie 50.000,00 zł, Instagram na poziomie 50.000,00 zł, TikTok na poziomie 50.000,00 zł, Google ADS na

poziomie 50.000,00 zł Pytanie: prosimy o określenie budżetu na działania związane z promocją fimów na YouTube

Odpowiedź: Budżety na dany kanał został określony. Jeśli Wykonawca uważa, że jest konieczne zawarcie dodatkowego budżetu reklamowego, powinien on zostać uwzględniony w ofercie Wykonawcy.

Pytanie nr 33: Pytanie nr 22: Zamawiający wymaga osiągnięcia na kanale YT min. 500 000 wyświetleń każdego z filmów. Ile filmów jest przewidzianych w ramach tych promocji? Odpowiedź: Minimum 15 filmów, maksimum 100 filmów. Pytanie: promocja filmów w serwisie YT (min. 500 000 wyświetleń na film) przy założeniach minimum 15 filmów, maksimum 100 filmów wyniosłaby od 112 500 zł netto do 750 000 zł NETTO – stawki zakupowe. Prosimy o dookreślenie budżetu na to działanie lub o podanie konkretnej liczby filmów.

Odpowiedź: Budżet na kampanię powinien zostać uwzględniony w ofercie Wykonawcy na podstawie wytycznych i określonych celi mierzalnych.