

Kraków, 23 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 1: W jakim celu ma być prowadzona baza mailingowa?

Odpowiedź: Baza mailingowa prowadzona będzie w celu promocji Igrzysk Europejskich 2023. Wybrany wykonawca ma opracować strategię kampanii promocyjno-komunikacyjną Igrzysk Europejskich 2023 w mediach społecznościowych, która pomoże w zbudowaniu bazy mailingowej np. poprzez zachęcanie do zapisania się do newslettera.

Pytanie nr 2: Jeżeli content jest po stronie Wykonawcy, czy będzie możliwość dostępu do materiałów źródłowych Zamawiającego? W celu pierwszych publikacji.

Odpowiedź: Zamawiający po zawarciu umowy przedstawi Wykonawcy materiały źródłowe do początkowych publikacji.

Pytanie nr 3: Zapis „Wykonawca zobowiązany będzie do prowadzenia działań mających na celu realizację świadczeń sponsorskich” - jakiego rodzaju będą to świadczenia sponsorskie czy przekłada się to w jakimś stopniu na produkowany content, budżet reklamowy?

Odpowiedź: Świadczenia sponsorskie będą ustalane zgodnie ze strategią zaakceptowaną przez Zamawiającego i będą się przekładały na produkowany content.

Pytanie nr 4. Czy liczba 5 Influencerów jest na cały okres trwania współpracy?

Odpowiedź: Tak.

Pytanie nr 5: Podane budżety reklamowe w wysokości 50 000 zł odnoszą się do całego okresu współpracy, czy są to budżety miesięczne?

Odpowiedź: Budżet w wysokości 50 000 zł na dany kanał dotyczy całego okresu współpracy.

Pytanie nr 6: Czy Wykonawca na potrzeby publikowanych treści będzie posiadał prawa do wizerunku sportowców?

Odpowiedź: Jeżeli Zamawiający będzie używał wizerunku jakiegoś sportowca (nie mylić z influencerami, o których mowa w Opisie Przedmiotu Zamówienia), będzie posiadał prawa do wykorzystania wizerunku.

Pytanie nr 7: Czy Zamawiający zakłada posiadanie dwóch profili w języku angielskim i polskim w każdym medium czy jednego profilu dwujęzycznego

Odpowiedź: Zamawiający posiada jedno konto dla każdego z medium, publikowane są tam treści w języku angielskim i języku polskim.

Pytanie nr 8: Gdzie można uzyskać logotyp imprezy wraz z księgą znaku? Do wykorzystania przy tworzeniu przykładowej identyfikacji wizualnej.

Odpowiedź: Logotyp wraz z księgą znaków zostanie udostępniony wybranemu Wykonawcy po zawarciu umowy.

Pytanie nr 9: Czy budżet projektu ma być przedstawiony w dowolnej formie, czy należy skorzystać z formatu zamawiającego? Ewentualnie, gdzie można pobrać dany format?

Odpowiedź: Budżet powinien zostać przedstawiony zgodnie z formatem Zamawiającego.

Pytanie nr 10: W jakiej formie ma być przedstawiony projekt strategii? Czy oprócz ograniczeń dotyczących wielkości plików obowiązują ograniczenia dotyczące ilości stron oferty lub inne podobne?

Odpowiedź: Nie ma ograniczeń dotyczących ilości stron strategii ani innych podobnych.

Pytanie nr 11: Czy wymienione w dokumencie budżety na poszczególne social media zawierają w sobie wynagrodzenie influencerów, czy są to tylko budżety przeznaczone na zakup mediów?

Odpowiedź: Określone w strategii budżety to budżety reklamowe dla danego kanału social mediów.

Pytanie nr 12: Co wchodzi w zakres świadczeń sponsorskich?

Odpowiedź: Świadczenia sponsorskie będą ustalane zgodnie ze strategią zaakceptowaną przez Zamawiającego i będą się przekładały na produkowany content. Do zakresu świadczeń sponsorskich w mediach społecznościowych Zamawiający przewiduje m.in. tworzenie contentu czy materiałów graficznych/video.

Pytanie nr 13: W jakiej formie zostaną przekazane wewnętrzne statystyki Facebooka/Instagramy/TikToka? Czy jednak Zamawiający oczekuje analizy kanałów na podstawie zewnętrznych danych?

Odpowiedź: Zamawiający przekaże wewnętrzne statystyki z mediów społecznościowych wybranemu Wykonawcy.

Pytanie nr 14: Prosimy o określenie konkurencji (niezbędne do wnikliwej analizy).

Odpowiedź: Za konkurencję uważa się kanały o podobnej tematyce czy podobnych grupach docelowych.

Pytanie nr 15: Czy Zamawiający chce wykorzystać treści wyprodukowane przez influencerów na kanałach własnych/stronie www? Przekazanie pełnych praw autorskich jest w zasadzie niemożliwe i bardzo kosztowne, czy influencerzy mogą współpracować na zasadzie udzielenia licencji i możliwości sherowania treści na kanałach klienta? Jest to najpopularniejsza forma współpracy z Influencerami.

Odpowiedź: Zamawiający chce wykorzystywać treści stworzone przez influencerów na swoich kanałach.

Pytanie nr 16: Czy Zamawiający przewiduje promowanie treści przygotowanych przez Influencerów? Taka promocja podlega dodatkowej wycenie.

Odpowiedź: Zamawiający przewiduje możliwość promowania treści przygotowanych przez influencerów.

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 nr 18: Czy zamawiający bierze pod uwagę przeprowadzenie konkursów?

Odpowiedź: Tak, Zamawiający bierze pod uwagę przeprowadzanie konkursów na swoich kanałach.

Pytanie nr 19: Prosimy o udostępnienie kalendarza największych imprez w 2022 roku i 2023 roku, zgodnie z opisem z SWZ

Odpowiedź: Zgodnie z OPZ Zamawiający udostępni harmonogram wydarzeń Wykonawcy, z którym podpisze umowę.

Pytanie nr 20: Czy zamawiający zakłada rozpoczęcie działań od stycznia 2023?

Odpowiedź: Zamawiający zakłada rozpoczęcie działań od momentu zawarcia umowy z wybranym Wykonawcą.

Pytanie nr 21: 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 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 nr 23: Czy możemy prosić o udostępnienie brandbooka?

Odpowiedź: Brandbook zostanie udostępniony Wykonawcy, z którym Zamawiający podpisze umowę.

Pytanie nr 24: Czy Zamawiający chce udostępniać po 2 posty - w języku polskim i 1 w języku angielskim, czy taki post może być przygotowany w wersji polskojęzycznej i anglojęzycznej jako 1 post? (nie wiem, czy wiecie co mam na myśli, ale zamawiający wymaga, aby każdy post był udostępniany w 2 wersjach językowych co podwaja nam ilość treści w przypadku standardowej komunikacji to by było 104 x2 per kanał, a w przypadku wzmożonej aktywności podczas wydarzenia, może to być nawet 270 postów x 2 –

stąd pytanie. W mojej opinii można przygotować posty w 2 wersjach językowych, ale jako jeden tekst typu – English version below)

Odpowiedź: Zamawiający prowadzi na swoich kanałach komunikację w języku angielskim i polskim (zazwyczaj w jednym poście), zdarzają się sytuacje, że będą to albo posty w języku polskim albo w języku angielskim (osobno).

Pytanie nr 25: Czy Zamawiający wymaga moderacji w języku angielskim?

Odpowiedź: Tak.

Pytanie nr 26: Czy Zamawiający określa grupy celowe?

Odpowiedź: We wstępnej koncepcji to Wykonawca powinien określić grupy docelowe, do których ma być dostosowana zaproponowana koncepcja.

Pytanie nr 27: Czy na etapie składania oferty Zamawiający wymaga przedstawienia 10 influencerów czy tylko koncepcji ich wykorzystania w trakcie trwania kampanii?

Odpowiedź: Zamawiający wymaga przedstawienia koncepcji wykorzystania influencerów w trakcie trwania kampanii, natomiast Wykonawca może także przedstawić konkretnych dziesięciu influencerów już na etapie złożenia oferty.

Pytanie nr 28: Jaki jest przewidziany budżet na realizację kampanii?

Odpowiedź: Zamawiający poda kwotę jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia przed otwarciem ofert.

Pytanie nr 29: Wnioskujemy o zmianę terminu dostarczenia oferty ze względu na ilość i zakres pytań.

Odpowiedź: Zamawiający dokona stosownej zmiany treści ogłoszenia i Specyfikacji Warunków Zamówienia.