



Urząd Miasta Kołobrzeg

78-100 Kołobrzeg
ul. Ratuszowa 13
tel.: 94 35 51 500
fax. 94 35 23 769
e-mail: urzad@um.kolobrzeg.pl
www.kolobrzeg.pl

Kołobrzeg, dnia 06. 03. 2013 r.

Dot.: Przetargu nieograniczonego na: Przygotowanie i realizacja akcji promocyjnych Kołobrzeg za 50% w dwóch odsłonach (edycja wiosenna, edycja jesienna) dla Gminy Miasto Kołobrzeg"

Gmina Miasto Kołobrzeg zgodnie z art. 38 ustawy z dnia 29.01.2004 Prawo zamówień publicznych (Dz. U z 2010r. Nr 113 poz. 759 z późn. zm.) udziela wyjaśnień dotyczących Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia:

5. Przygotowane materiały w języku polskim i w języku niemieckim muszą być zgodne z uprzednią przedstawioną linią kreatywną i scenariuszem bądź konspektem prac zatwierdzonych przez Zamawiającego;

Pytanie – czy scenariusz lub konspekty również w j. niemieckim?

Odpowiedź : Scenariusz oraz konspekt działań promocyjnych nie powinien być przygotowany w języku niemieckim, jedynie jego elementy – narzędzia promocji, które będą wykorzystane na terenie Niemiec. Zamawiający rozumie przez to przygotowanie i przetłumaczenie na język niemiecki haseł promocyjnych, komunikatów, dostosowanie proponowanej grafiki do języka niemieckiego.

7. Promocja każdej edycji akcji musi odbyć się w Polsce i na terenie Niemiec z uwzględnieniem miast: Berlin, Poznań, Szczecin, Wrocław;

Pytanie – kiedy zamawiający uzna warunki za spełnione?

Odpowiedź : Promocja ma trwać przez 4 tygodnie dla każdej z edycji. Zamawiający uzna że warunki zostały spełnione jeśli przez 4 tygodnie reklama będzie obecna na terenie Polski i Niemiec (ze szczególnym uwzględnieniem miast Berlin, Poznań, Szczecin, Wrocław) zgodnie z zaprezentowanym szczegółowym mediaplanem i scenariuszem wykonawcy.

Warunki zostaną spełnione gdy wykonawca zaplanuje/ przeprowadzi działania promocyjne związane z akcją na terenie wszystkich wymienionych przez Zamawiającego miast. Istotną

kwestią jest to, iż działania te powinny być zaplanowane i zrealizowane z porównywalną (najlepiej taką samą) intensywnością we wszystkich wymienionych miastach.

8. Wykorzystanie w kampaniach narzędzi oferowanych przez platformę google.com (geotargetowanie, kampania adwords) oraz portale społecznościowe;

Pytanie – jaki obszar kiedy zamawiający uzna warunki za spełnione?

Odpowiedź : Oczekujemy zaproponowania rozwiązania przez oferenta – szczegółowy mediaplan

9. Kampania banerowa w internecie;

Pytanie - ile banerów jaki format jaki czas trwania?

Odpowiedź : Ilość, format i czas trwania kampanii banerowej determinowany jest propozycją Wykonawcy oraz jego koncepcją na realizację działań promocyjnych w tym obszarze oraz całościową koncepcją realizacji działań promocyjnych związanych z realizacją projektu „Kołobrzeg za 50%”

10. Administracja profili społecznościowych w celu promocji akcji

Pytanie - ile kliknięć specyfikacja techniczna (CO MINUTĘ WPIS, CO GODZINĘ) „PORTALI „A MOWA TYLKO O FACEBOOKU

Odpowiedź : Oficjalny profil miasta funkcjonuje na portalu Facebook. Wykonawca ma za zadanie administrować treściami dotyczącymi akcji w taki sposób aby zwiększyć ilość „lubiących” profil oraz sprowokować zainteresowanie ofertą. Wykonawca ma zadeklarować w swojej ofercie o jaką ilość jest w stanie zwiększyć ilość polubień oraz jaki ruch jest w stanie wygenerować.

Oficjalny portal turystyczny www.klimatycznykolobrzeg.pl

11. Działania public relations obejmujące wytworzenie i publikacje informacji prasowych na temat akcji w Polsce i w Niemczech;

Pytanie – gdzie jaka ilość wielkość i czy w kolorze

Odpowiedź : Oczekujemy zaproponowania rozwiązania przez oferenta – szczegółowy mediaplan

12. Działania promocyjno – informacyjne /w tym kolportaż materiałów poligraficznych oraz informacje prasowe/ na terenie miasta Kołobrzeg; minimum dwa tygodnie kampanii

Pytanie- na ulicy, wśród biorących udział, jako dodatek do gazety? Czy potrzebne są dodatkowe ulotki, oprócz tych, które mamy dostarczyć (5000 tyś) do siedziby zamawiającego?

Odpowiedź : Oczekujemy zaproponowania rozwiązania przez oferenta – szczegółowy mediaplan

13. Projekt i druk informacyjnych materiałów poligraficznych dotyczących akcji w postaci: plakatów (min. 300 szt.), ulotek (min. 5000 szt.), naklejek (min.100 szt.); na każdą z akcji

Pytanie jaki format , papier ,kolor , jedno czy dwu stronne?

Odpowiedź : Oczekujemy zaproponowania rozwiązania przez oferenta – szczegółowy mediaplan

Plakat - ma informować o akcji, ulotka - ma informować o akcji, naklejka - ma oznaczać miejsce gdzie można skorzystać z promocji.

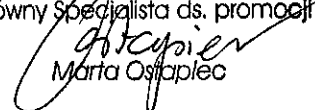
19. Wykonawca jest odpowiedzialny za przeprowadzenie badań ankietowych wśród korzystających i oferujących podczas trwania każdej z edycji akcji

Pytanie jaki rodzaj ankiety ? Kiedy zamawiający uzna warunki za spełnione?

Odpowiedź : Oczekujemy zaproponowania rozwiązania przez oferenta. Ankiety mają dać odpowiedź m.in. na pytania: ile osób skorzystało z oferty z podziałem na płeć, z jakiej oferty korzystano najczęściej, w jaki sposób pozyskano informację o akcji.

Na portalu www.klimatycznykolobrzeg.pl można zapoznać się z raportami z dotychczas przeprowadzonych akcji Kołobrzeg za 50 %.

BIURO PREZYDENTA
Główny Specjalista ds. promocji


Marta Ostapiec