

Odpowiedzi na pytania skierowane przez wykonawców w ramach postępowania o zaplanowanie, przygotowanie i zakup mediów

1. Suma zasięgu kampanii określona w pkt. 3.2.3 (a) SIWZ odnosi się łącznie do wszystkich kampanii, o których mowa w punkcie 3.2.3 (b), a nie do każdej z nich osobno.
2. Liczba 4.000.000 osób określona w punkcie 6 (a) Załącznika nr 1 do SIWZ odnosi się do liczby unikalnych odbiorców, do których dotrą informacje dostępne na Portalu, w postaci spotu reklamowego lub innych treści dostępnych na Portalu poprzez wszystkie kanały komunikacji określone w ofercie. Na potrzeby rozliczenia dotarcia kampanii przyjmuje się, że grupą docelową są zarówno kobiety jak i mężczyźni w wieku 25-55 lat, zamieszkujący terytorium Polski.
3. Liczba 200.000 osób określona w punkcie 6 (b) Załącznika nr 1 do SIWZ odnosi się do grupy docelowej zdefiniowanej jak w punkcie 2 powyżej, liczonej: w przypadku kampanii online - wyświetlenia spotu w grupie docelowej z capping 1, a w przypadku emisji w telewizji: dotarcie do grupy docelowej z częstotliwością 1+.
4. Produkcja Portalu i innych materiałów, które będą rozpowszechniane w ramach kampanii, w tym spotu, materiałów multimedialnych i graficznych, nie jest objęta przedmiotowym postępowaniem i jest dostarczana przez Zamawiającego lub innych wykonawców. Przedmiotowe zamówienie dotyczy tylko zaplanowania, przygotowania i zakupu mediów zgodnie z SIWZ i umową stanowiącą Załącznik nr 5 do SIWZ.
5. Treść oferty wraz z załącznikami wskazano w Załączniku nr 2 do SIWZ. Istotną częścią oferty jest koncepcja wykonania zamówienia, w której mogą znaleźć się na przykład takie pozycje jak ogólny opis koncepcji kampanii, narzędzia, placementy i targetowanie. Kryteria oceny koncepcji określono w punkcie 8.4 SIWZ.
6. Na potrzeby przygotowania ofert, należy założyć, że długość spotu promowanego w ramach kampanii wynosi 30 sekund. Co do długości materiałów, o których mowa w punkcie 4 (b) i 4 (c) Załącznika nr 1 do SIWZ, to długość ta nie jest obecnie znana, ale należy założyć, że nie będzie to format odpowiedni dla telewizji. Każdy z tych filmów może mieć nie mniej niż 5 minut i nie więcej niż 60 minut.
7. Na pytanie, jakie media ma zaplanować wykonawca w ramach kampanii, wyjaśniamy, iż propozycje w zakresie doboru mediów jest częścią koncepcji wykonania zamówienia, która będzie oceniana w ramach procedury przetargowej.
8. Liczby, o których mowa w punktach 6 (d), (e) i (f) odnoszą się do liczby wyświetleń, a nie do liczby użytkowników.
9. Zasięg wskazany w punkcie 6 (e) Załącznika nr 1 do SIWZ jest zasięgiem łącznym dla wszystkich filmów, o których mowa w punkcie 4 (b) Załącznika nr 1 do SIWZ. Zasięg wskazany w punkcie 6 (f) Załącznika nr 1 do SIWZ jest zasięgiem łącznym dla wszystkich filmów, o których mowa w punkcie 4 (c) Załącznika nr 1 do SIWZ.