

Nr postępowania: 2/2023

ZAPYTANIE OFERTOWE
z dnia 10 kwietnia 2023 roku

I. ZAMAWIAJĄCY

Publy Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością ul. ul.
Warszawska 6/32
15-163 Białystok
KRS: 0000885983
NIP: 7393950600
REGON: 388246370

Adres strony internetowej: www.publy.pl

II. WPROWADZENIE

Publy Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020, Oś priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów, Poddziałanie 1.1.2 Rozwój startupów w Polsce Wschodniej, prowadzi Projekt p.n.: "Publy to innowacyjny system umożliwiający na dotarcie z lokalną spersonalizowaną reklamą cyfrową na nowoczesne urządzenia Point of Sale (POS) takie jak terminale płatnicze", nr umowy POPW.01.01.02-20-0018/22-00 współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (zwany w dalszej treści „Projektem”). Projekt realizowany jest w ramach umowy podpisanej z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości.

Celem projektu jest rozwinięcie do końca Q4 2023 działalności biznesowej Publy sp. z o.o. w makroregionie Polski Wschodniej w oparciu o innowacyjne rozwiązanie przygotowane w ramach poddziałania 1.1.1 POPW, które będzie prezentowało spersonalizowane reklamy na nowej generacji multimedialnych POS osobom będącym faktycznymi odbiorcami reklamowanych usług / produktów. W tym celu zostaną wykorzystane dotychczas nieużywane cyfrowe nośniki dla reklamy zewnętrznej jakimi są np. ekrany nowoczesnych terminali. Rezultatem będzie wprowadzenie na rynek innowacyjnego systemu do zarządzania i prowadzenia kampanii reklamowych na POS na podstawie narzędzi IT do optymalizacji treści prezentowanych osobom płacącym kartą przy uwzględnieniu lokalizacji, w celu uzyskania wyższych przychodów oraz obniżenia kosztów dzierżawy POS (zwanego w dalszej treści „Systemem”).

Usługi wynikające z realizowania umowy będącej przedmiotem niniejszego zapytania ofertowego współfinansowane będą ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

III. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. W niniejszym postępowaniu Zamawiający wyklucza udzielenie zamówienia podmiotom powiązanym z nim osobowo lub/i kapitałowo. Poprzez powiązania kapitałowe lub/i osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury

wyboru Wykonawcy a Wykonawcą, polegające w szczególności na:

- 1.1. uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
 - 1.2. posiadaniu co najmniej 5% udziałów lub akcji;
 - 1.3. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
 - 1.4. pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.
2. Niniejsze postępowanie nie podlega przepisom ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych.
 3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego Zapytania Ofertowego do upływu terminu składania ofert. W takim przypadku Zamawiający uwzględni informację o zmianie w opublikowanym zapytaniu ofertowym. Informacja ta będzie zawierać co najmniej: datę upublicznienia zmienianego zapytania ofertowego a także opis dokonanych zmian. Zamawiający przedłuża termin składania ofert o czas niezbędny do wprowadzenia zmian w ofertach, jeżeli jest to konieczne z uwagi na zakres wprowadzonych zmian.
 4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zamknięcia niniejszego postępowania bez dokonywania wyboru którejkolwiek z ofert na każdym etapie postępowania, bez podawania przyczyn.
 5. W niniejszym postępowaniu Zamawiający zastrzega sobie prawo kontaktowania z Wykonawcami w tym przekazywania Wykonawcom informacji, odpowiedzi zawiadomień, wniosku drogą elektroniczną. Wykonawcy zaś zobowiązani są do kontaktu z Zamawiającym w formie pisemnej chyba, że niniejsze zapytanie ofertowe lub wyraźne wskazanie Zamawiającego dopuszczało będzie inną formę kontaktu, np.: drogą elektroniczną.

IV. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

1. Opis zamówienia:

1.1. Nazwa nadana zamówieniu przez Zamawiającego:

Zakup usługi polegającej na realizacji działań informacyjno-promocyjnych na potrzeby realizacji Projektu pn.: „Publy to innowacyjny system umożliwiający na dotarcie z lokalną spersonalizowaną reklamą cyfrową na nowoczesne urządzenia Point of Sale (POS) takie jak terminale płatnicze”.

2. Rodzaj zamówienia:

Usługi.

3. Opis przedmiotu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na realizacji działań informacyjno-promocyjnych w tym m.in. przygotowanie animowanego filmu reklamowego stanowiącego elektroniczny przewodnik informacyjny o budowanym Systemie, kampania w social mediach na YouTube, LinkedIn i Facebook oraz kampania wykorzystująca reklamę internetową zgodnie z harmonogramem realizacji Projektu, w okresie od dnia podpisania umowy z Wykonawcą do dnia 31 grudnia 2023 roku.

Pozycja 1: Przygotowanie animowanego filmu reklamowego.

Przedmiotem realizacji niniejszej pozycji jest przygotowanie animowanego filmu reklamowego przeznaczonego dla menedżerów odpowiedzialnych za rozwój relacji z klientami B2B oraz za politykę cenową firm związaną z dzierżawą terminali będzie wymagało od Oferenta uwzględnienie przygotowania scenariusza filmu, grafiki, nagrania lektora, muzyki, zdjęć oraz montaż całości. Spot powinien przedstawiać proces przeprowadzania za pomocą systemu Publy zewnętrznej cyfrowej kampanii reklamowej na ekranach POS oraz możliwości i korzyści wynikające ze stosowania systemu Publy zarówno z perspektywy osób/firm chcących zareklamować się za pośrednictwem systemu, firm instalujących system w swojej infrastrukturze (np. firm acquiringowych) i udostępniających go swoim klientom oraz firm używających POS. Film powinien być spotem, który będzie mógł być wykorzystany po ew. edycji do przeprowadzenia kampanii w social mediach (pozycje 2-4).

Pozycja 2: Kampania social media na YouTube

Przedmiotem realizacji niniejszej pozycji jest kompleksowe przeprowadzenie przez Oferenta minimum 8 (osiem) miesięcznych kampanii w mediach społecznościowych (social media) przy wykorzystaniu dedykowanego do Projektu kanału na portalu YouTube (www.youtube.com) lub równoważnym.

Pozycja 3: Kampania social media na LinkedIn

Przedmiotem realizacji niniejszej pozycji jest kompleksowe przeprowadzenie przez Oferenta minimum 8 (osiem) jednomiesięcznych kampanii w mediach społecznościowych (social media) przy wykorzystaniu dedykowanego do Projektu konta na portalu LinkedIn (www.linkedin.com) lub równoważnym.

Pozycja 4: Kampania social media na Facebook

Przedmiotem realizacji niniejszej pozycji jest kompleksowe przeprowadzenie przez Oferenta minimum 8 (osiem) jednomiesięcznych kampanii w mediach społecznościowych (social media) przy wykorzystaniu dedykowanego do Projektu konta na portalu LinkedIn (www.facebook.com) lub równoważnym.

Pozycja 5: Kampania wykorzystująca reklamę internetową.

Przedmiotem realizacji niniejszej pozycji jest kompleksowe przeprowadzenie przez Oferenta minimum 8 (osiem) jednomiesięcznych kampanii wykorzystującej reklamę internetową w sieci reklamowej Google lub równoważnej.

4. Szczegółowy zakres zamówienia:

- 4.1. Pozycja 1 – Przygotowanie animowanego filmu reklamowego przeznaczonego dla osób odpowiedzialnych za rozwój relacji z klientami B2B oraz za politykę cenową firm acquiringowych związaną z dzierżawą terminali. Spot powinien pokazywać proces przeprowadzania zewnętrznej cyfrowej kampanii reklamowej na ekranach POS oraz możliwości i korzyści wynikające ze stosowania systemu Publy zarówno z perspektywy osób/firm chcących zareklamować się za pośrednictwem systemu, firm instalujących system w swojej infrastrukturze (np. firm acquiringowych) i udostępniających go swoim klientom oraz firm używających POS. Oferent w szczególności przygotuje:

- a) scenariusz filmu
- b) grafikę
- c) nagranie lektora
- d) muzykę
- e) zdjęcia
- f) montaż całości

4.2. Pozycja 2 – Kampania Social media na YouTube wymagała będzie realizacji 8 (ośmiu) jednomiesięcznych kampanii. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z budżetem reklamowym jaki planuje się wykorzystać celem prawidłowej realizacji działań zaplanowanych w ramach niniejszej Pozycji. Odpowiednie przeprowadzenie kampanii w ramach niniejszej Pozycji wymagało będzie również m.in.:

- a) stosownej edycji filmu opisanego w Pozycji 1 do formy edukacyjnej nt możliwości optymalizacji kosztów dzierżawy urządzeń POS; filmów promocyjnych skierowanych do decydentów firm acquiringowych, pokazujących jakie możliwości daje system Publy; filmu wizerunkowego, stanowiących podsumowanie danego etapu w Projekcie/rozwoju biznesu. Wykonawca będzie odpowiedzialny za całość prac niezbędnych do realizacji filmów w tym m.in.: muzykę, zdjęcia, montaż, przygotowania video materiału oraz ew. rekrutację statystów, przy czym producentem filmów w rozumieniu przepisów Ustawy z dnia 04 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych będzie Zamawiający i w imieniu którego i na rzecz którego będzie działał w tym zakresie Wykonawca;
- b) zarządzania kontem YouTube dedykowanego dla celów Projektu;
- c) realizacji działań promocyjnych w kanale YouTube lub równoważnym, skierowanej do osób/podmiotów zarządzających biznesem acquiringowym oraz korzystającym z terminali POS w Polsce;
- d) przeprowadzenia kampanii remarketingowej - kierowanej reklamy do osób, które odwiedzą stronę www.publy.pl
- e) weryfikacji i prowadzenia analityki skuteczności kampanii przy wykorzystaniu takich wskaźników jak: CPA (średni koszt za akcję, przy poście), CPM (koszt za 1000 wyświetleń), CPC (koszt za kliknięcie),
- f) CTR (współczynnik kliknięć) CPConv (koszt jednej konwersji, np. przejścia na stronę Newsletter'a, reakcji na wydarzenie itp.);
- g) wygenerowania i przesyłania w wersji elektronicznej Zamawiającemu comiesięcznych raportów o zasięgu i efektach działań w postaci częściowych protokołów odbioru.
- h) Comiesięczne przygotowanie stosownych raportów podsumowujących przeprowadzoną kampanię na potrzeby rozliczenia projektu z PARP.

4.3. Pozycja 3 – Kampania social media na LinkedIn lub równoważnym wymagała będzie w propozycji Zamawiającego realizacji minimum 8 (osiem) jednomiesięcznych kampanii. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z budżetem reklamowym jaki planuje się wykorzystać celem prawidłowej realizacji działań zaplanowanych w ramach niniejszej Pozycji. Odpowiednie przeprowadzenie kampanii w ramach niniejszej Pozycji wymagało będzie również m.in.:

- a) zarządzania kontem LinkedIn dla celów Projektu;
- b) promocji w działach tematycznych LinkedIn lub równoważnym skierowanej do osób/podmiotów zarządzających biznesem acquiringowym;
- c) przygotowania linków sponsorowanych (reklama tekstowa) lub linków sponsorowanych w formie graficznej;
- d) weryfikacji i prowadzenia analityki skuteczności kampanii przy wykorzystaniu takich wskaźników jak: CPA (średni koszt za akcję przy poście), CPM (koszt za 1000 wyświetleń), CPC (koszt za kliknięcie), CTR (współczynnik kliknięć) CPConv

(koszt jednej konwersji, np. przejścia na stronę, reakcji na wydarzenie itp.); zapisania do Newsletter'a, precyzyjnego targetowania po miastach, branży, wieku, pozycji zawodowej;

- e) przeprowadzenia kampanii remarketingowej - kierowanej reklamy do osób, które odwiedzą stronę www.publy.pl;
- f) wygenerowania i przesyłania w wersji elektronicznej Zamawiającemu comiesięcznych raportów o zasięgu i efektach działań w postaci częściowych protokołów odbioru.

4.4. Pozycja 4 – Kampania social media na Facebook lub równoważnym wymagała będzie w propozycji Zamawiającego realizacji minimum 8 (osiem) jednomiesięcznych kampanii. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z budżetem reklamowym jaki planuje się wykorzystać celem prawidłowej realizacji działań zaplanowanych w ramach niniejszej Pozycji. Odpowiednie przeprowadzenie kampanii w ramach niniejszej Pozycji wymagało będzie również m.in.:

- a) zarządzania kontem Facebook lub równoważnym, dla celów Projektu;
- b) promocji w działach tematycznych Facebook skierowanej do osób/podmiotów zarządzających biznesem acquiringowym;
- c) przygotowania linków sponsorowanych (reklama tekstowa) lub linków sponsorowanych w formie graficznej;
- d) weryfikacji i prowadzenia analityki skuteczności kampanii przy wykorzystaniu takich wskaźników jak: CPA (średni koszt za akcję przy poście), CPM (koszt za 1000 wyświetleń), CPC (koszt za kliknięcie), CTR (współczynnik kliknięć) CPCConv (koszt jednej konwersji, np. przejścia na stronę, zapisania do Newsletter'a, reakcji na wydarzenie itp.);
- e) precyzyjnego targetowania po miastach, branży, wieku, pozycji zawodowej;
- f) przeprowadzenia kampanii remarketingowej - kierowanej reklamy do osób, które odwiedzą stronę www.publy.pl;
- g) wygenerowania i przesyłania w wersji elektronicznej Zamawiającemu comiesięcznych raportów o zasięgu i efektach działań w postaci częściowych protokołów odbioru.

4.5. Pozycja 5 – Kampania wykorzystująca reklamę internetową wymagała będzie w propozycji Zamawiającego realizacji minimum 8 (osiem) jednomiesięcznych kampanii. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z budżetem reklamowym jaki planuje się wykorzystać celem prawidłowej realizacji działań zaplanowanych w ramach niniejszej Pozycji. Odpowiednie przeprowadzenie kampanii w ramach niniejszej Pozycji wymagało będzie m.in.:

- a) wykorzystania działania SEM (z ang. *Search Engine Marketing*) – ze względu na specyfikę działalności Zamawiającego ważne jest skoncentrowanie się na kanale, który może przyciągnąć jak największą liczbę potencjalnych klientów, czyli na reklamach w sieci wyszukiwania i reklamowej AdWords.
- b) wykorzystania działania SEO (z ang. *Search Engine Optimization*) - pozycjonowanie strony internetowej. Zamawiający oczekuje wzrostu ilości potencjalnych klientów Zamawiającego, wzrostu zaufania do Systemu. Zamawiający oczekuje również umiejscowienia wysoko kluczowych dla Projektu fraz typu "reklama na terminalu płatniczym"; "obniżenie kosztów dzierżawy terminala", „dodatkowy przychód z dzierżawy terminala”, „POS” itp.

- c) przeprowadzenia kampanii remarketingowej - kierowanej reklamy do osób, które odwiedzą stronę publy.pl. Do tego celu zostaną użyte zarówno reklamy banerowe, wyświetlające się w sieci reklamowej Google lub równoważnym, jak i remarketingu w wyszukiwarce (RLSA).
- d) precyzyjnego targetowania reklamy oraz planowania czasu emisji reklam;
- e) weryfikacji i prowadzenia analityki skuteczności reklam;
- f) rekomendowania Zamawiającemu zmian w treściach w celu podniesienia skuteczności kampanii oraz optymalizacji kosztów reklam;
- g) weryfikacji i prowadzenia analityki skuteczności reklam poprzez:
 - i. pomiar skuteczności kampanii SEM przy wykorzystaniu minimum takich wskaźników jak: wyświetlenia, kliknięcia w reklamę, CTR (współczynnik kliknięć), CPC (koszt za kliknięcie);

- ii. pomiar skuteczności kampanii SEO przy wykorzystaniu minimum takich wskaźników jak: pozycja strony www.pricingtags.pl w wyszukiwarce Google lub równoważnej, na kluczowe frazy.
 - h) wygenerowania i przesyłania w wersji elektronicznej Zamawiającemu comiesięcznych raportów o zasięgu i efektach działań w postaci częściowych protokołów odbioru.
- 4.6. Kampania w social media oraz wykorzystująca reklamę internetową powinna dotrzeć do co najmniej 8.000 potencjalnych użytkowników włączając w to tzw. reklamę podążającą za osobami, które klikną w reklamę projektu lub odwiedzą stronę Wnioskodawcy. Wnioskodawca oczekuje, że stopień konwersji (zainteresowanie ofertą Zamawiającego) będzie zawierał się pomiędzy 1% a 4,5% w przeciągu 24 miesięcy od podpisania umowy, a efektywność reklamy będzie monitorowana przez wskaźnik CTR (współczynniki kliknięć), CPA (koszt za akcję na poście reklamowym), CPC (koszt za kliknięcie w reklamę), CPM (koszt za 1 tys. Wyświetleń reklamy) oraz CPConv będący kosztem pojedynczej konwersji (reakcji na wydarzenie reklamowe, wejście na stronę internetową Publy).
- 4.7. Wykonawca będzie stosować się do wytycznych Zamawiającego dotyczących formy przedstawienia wykonania zleconej usługi. Opracowanie graficzne wydruków (szata i layout) powinno zawierać logotypy unijne (logotyp Unii Europejskiej z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej oraz do Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, logotyp POPW) oraz logotyp Zamawiającego z zabezpieczonymi przestrzeniami zgodnie z **Wytycznymi dotyczącymi oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia**. Aktualna wersja ww. dokumentu umieszczona jest pod adresem internetowym:
http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/21172/Podrecznika_wnioskodawcy_i_beneficjenta_info_promo_140616.pdf
- 4.8. Na etapie realizacji umowy Wykonawca zobowiązany będzie do szczegółowego zapoznania się z Księgą identyfikacji wizualnej Zamawiającego.
- 4.9. Oferent uwzględni w cenie wykonania przedmiotu zamówienia dla Pozycji 1 możliwość wprowadzenia dwukrotnych zmian do propozycji wydruku przedstawionych Zamawiającemu w plikach przygotowanych przez Oferenta.
- 4.10. Realizacja wszelkich działań informacyjno-promocyjnych wchodzących w skład niniejszego zamówienia przeprowadzona będzie według następującego harmonogramu:
- a) Pozycja 1 – Przygotowanie animowanego filmu marketingowego – **maksymalny termin wykonania do dnia 20 kwietnia 2023 roku;**
 - b) Pozycja 2 – Kampania social media na YouTube lub równoważnym – 8 miesięcznych kampanii w okresie od dnia podpisania umowy do 31 grudnia 2023;
 - c) Pozycja 3 – Kampania social media na LinkedIn lub równoważnym – 8 miesięcznych kampanii w okresie od dnia podpisania umowy do 31 grudnia 2023;
 - d) Pozycja 4 – Kampania social media na Facebook lub równoważnym – 8 miesięcznych kampanii w okresie od dnia podpisania umowy do 31 grudnia 2023;
 - e) Pozycja 5 – Kampania wykorzystująca reklamę internetową – 8 miesięcznych kampanii w okresie od dnia podpisania umowy do 31 grudnia 2023;
- 4.11. Zamawiający zastrzega, że realizacja całości zamówienia musi nastąpić nie później niż do 31 grudnia 2023 roku.
- 4.12. Jeśli w opisie przedmiotu zamówienia występują: nazwy konkretnego producenta, nazwy konkretnego produktu, normy jakościowe należy to traktować jedynie jako pomoc w

opisie przedmiotu zamówienia. W każdym przypadku dopuszczalne są produkty równoważne pod względem konstrukcji, materiałów, funkcjonalności, jakości. Jeżeli w opisie przedmiotu zamówienia wskazano jakikolwiek znak towarowy, patent czy pochodzenie (marka, znak towarowy, producent, dostawca) - należy przyjąć, że wskazane patenty, znaki towarowe, pochodzenie określają jedynie parametry techniczne, eksploatacyjne, użytkowe, co oznacza, że Zamawiający dopuszcza złożenie ofert w tej części przedmiotu zamówienia o równoważnych parametrach technicznych, eksploatacyjnych i użytkowych.

- 4.13. Obowiązek wykazania równoważności spoczywa na Wykonawcy, który w przypadku oferowania rozwiązań równoważnych powinien dołączyć do oferty specyfikacje techniczne, karty katalogowe, instrukcje lub inne dokumenty zawierające dane techniczne elementów równoważnych. W razie wątpliwości co do równoważności poszczególnych elementów, Zamawiający wezwie Wykonawcę do złożenia dodatkowych wyjaśnień lub dokumentów.

5. Czy dopuszcza się złożenie oferty częściowej:

Nie. Oferta musi obejmować całość zamówienia.

6. Czy dopuszcza się złożenie oferty wariantowej:

Nie. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.

7. Czy dopuszcza się złożenia zamówień uzupełniających:

Nie. Zamawiający nie przewiduje udzielenia zamówień uzupełniających.

8. Czas trwania zamówienia:

Data rozpoczęcia – data podpisania umowy z Wykonawcą, data zakończenia – 31 grudnia 2023 roku.

9. Wspólny Słownik Zamówień (CPV):

- 9.1.79341400-0 – usługi prowadzenia kampanii reklamowych,
- 9.3.79342200-5 – usługi w zakresie promocji,
- 9.4.79822500-7 – usługi projektów graficzny,
- 9.5.79823000-9 – usługi drukowania i dostawy

V. INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM

1. Podwykonawcy:

Oferenci są uprawnieni do powierzania podwykonawcom usług będących przedmiotem niniejszego Zapytania Ofertowego.

2. Opis warunków udziału w postępowaniu:

Podmioty ubiegające się o zamówienie muszą spełniać łącznie, niezależnie od innych określonych w niniejszym Zapytaniu Ofertowym, następujące warunki:

- 2.1. Posiadają doświadczenie i kompetencje w zakresie świadczenia usług przygotowywania technicznego materiałów reklamowych oraz obsługi kampanii reklamowych, w tym m.in. kampanii reklamowych realizowanych z użyciem mediów społecznościowych. Warunek ten Zamawiający uzna za spełniony, jeżeli Oferent:

- 2.2.1. dysponuje odpowiednim potencjałem osobowym, który charakteryzuje się

niezbędną wiedzą i doświadczeniem w zakresie objętym zamówieniem co oznacza dysponowania zespołem w skład, którego wchodzić będą osoby wykonujące zamówienie, w tym co najmniej:

a) Specjalista ds. promocji (1 osoba):

- i. posiada wykształcenie wyższe;
- ii. posiada minimum 5-letnie doświadczenie zawodowe w podmiotach realizujących projekty przygotowywania technicznego materiałów promocyjnych;
- iii. brał udział w przynajmniej 1 (słownie: jednym) zakończonym projekcie spełniającym wymagania wyspecyfikowane w pkt. 2.2.2 poniżej, obejmującym przygotowanie i wykonanie materiałów promocyjnych, w okresie ostatnich 3 lat (słownie: trzech) przed upływem terminu składania oferty;

b) Specjalista ds. reklamy (1 osoba):

- i. posiada wykształcenie wyższe;
- ii. brał udział w przynajmniej 1 (słownie: jednym) zakończonym projekcie spełniającym wymagania wyspecyfikowane w pkt. 2.2.2 poniżej, obejmującym przygotowanie i prowadzenie kampanii reklamowych w Social Mediach i reklamy internetowej, w okresie ostatnich 3 lat (słownie: trzech) przed upływem terminu składania oferty;
- iii. posiada minimum 5-letnie doświadczenie zawodowe w podmiotach realizujących projekty związane z prowadzeniem kampanii reklamowych z użyciem mediów społecznościowych.

Zamawiający wskazuje, iż nie dopuszcza łączenia powyższych funkcji przez jedną osobę co oznacza, że dla spełnienia niniejszego warunku wymagane jest dysponowanie przez Oferenta co najmniej 2 osobami o wyżej określonych kwalifikacjach wraz ze wskazaniem w Formularzu Ofertowym lidera odpowiedzialnego za pracę całego zespołu. Na potwierdzenie spełnienia powyższych wymogów Oferent załączy do oferty życiorysy (CV) osób, które będą wykonywać zamówienie, zawierające wszystkie informacje niezbędne do oceny kryteriów zawartych w niniejszym punkcie.

- 2.2.2. zrealizował, nie wcześniej niż w okresie ostatnich 3 (trzech) lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie: co najmniej jedną usługę/projekt odpowiadającą swoim rodzajem i zakresem przedmiotowi zamówienia o wartości min. 100.000,00 zł netto (słownie: sto tysięcy złotych). Za usługę odpowiadającą swoim rodzajem i zakresem przedmiotowi zamówienia, Zamawiający uzna, usługę przeprowadzenia kampanii promocyjno – informacyjnej obejmującą co najmniej cztery kategorie działań ze wskazanych w punktach poniżej:

- a) przygotowanie, realizację i nadzór nad prowadzeniem kampanii reklamowej w media społecznościowych trwających nie krócej niż 6 miesięcy wykorzystując takie kanały jak YouTube i/lub LinkedIn lub równoważne;
- b) przygotowanie, realizację i nadzór nad prowadzeniem kampanii reklamowej w Internecie trwającej nie krócej niż 6 miesięcy zgodnie z

indywidualnymi wymaganiami klienta końcowego;

- c) przygotowanie animowanego filmu reklamowego, który może zostać wykorzystany do prowadzenia kampanii marketingowej w/w kanałami.

- 2.2.3. posiada przez okres conajmniej dwóch lat poprzedzających datę złożenia odpowiedzi na niniejsze Zapytanie Ofertowe, certyfikaty Google Partners w zakresie: podstawy reklamy w AdWords, reklamy w sieci wyszukiwania, reklamy w sieci reklamowej, reklamy mobilnej oraz reklamy wideo (YouTube lub równoważnym).

Na potwierdzenie spełnienia powyższych wymogów Oferent załączy do oferty opisową listę projektów przygotowaną według własnego wzoru Oferenta, która powinna zawierać wszystkie informacje niezbędne do oceny kryteriów zawartych w niniejszym punkcie. Zamawiający zaznacza, iż przygotowana przez Oferenta opisowa lista projektów będzie wyłącznie dostępna Zamawiającemu i nie będzie dostępna innym osobom/podmiotom z uwagi na wrażliwe dane stanowiące co do zasady tajemnice przedsiębiorstwa.

Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu będzie dokonywana wg kryteriów: „spełnia” – „nie spełnia” i zostanie przeprowadzona w oparciu o złożoną przez Oferenta ofertę (wraz z wymaganymi załącznikami tym dokumentami i oświadczeniami). Niespełnienie przez Oferenta jakiegokolwiek warunku udziału w postępowaniu skutkuje wykluczeniem z postępowania takiego Oferenta. Zamawiający zastrzega sobie prawo szczegółowego sprawdzenia zgodności złożonej przez Oferenta oferty ze stanem faktycznym, w tym również poprzez weryfikację informacji u osób trzecich lub wezwanie. Ocenie przez Zamawiającego podlegać będą jedynie Oferty sporządzone i złożone zgodnie z wymaganiami niniejszego Zapytaniem Ofertowego.

3. Sposób obliczenia ceny:

- 3.1. Cenę ofertową należy obliczyć sumując wartość brutto oferty dla Pozycji 1, wartość brutto oferty dla Pozycji 2, wartość brutto oferty dla Pozycji 3, wartość brutto oferty dla Pozycji 4 oraz wartość brutto oferty dla Pozycji 5.
- 3.2. Cena ofertowa stanowi wynagrodzenie ryczałtowe Wykonawcy w rozumieniu art. 632 Kodeksu cywilnego, tzn. że Wykonawca nie może żądać podwyższenia wynagrodzenia, chociażby w czasie zawarcia umowy nie można było przewidzieć rozmiaru lub kosztów prac, w związku z tym Wykonawca obliczając cenę ofertową winien uwzględnić wszystkie elementy wymienione w przedmiocie zamówienia w tym wszelkie prace wynikające z technologii wykonania i zakresu zamawianych prac, koszty wynikające wprost z pełnego opisu przedmiotu zamówienia zawartego w niniejszym Zapytaniu Ofertowym, jak również w nim nieujęte, a bez których nie można wykonać zamówienia, wszystkie okoliczności, które mogą wpłynąć na faktyczny rozmiar prac oraz ich cenę i wszystkie inne koszty niezbędne do zrealizowania zamówienia, bez których zamówienia nie można by należycie wykonać. Wobec powyższego Zamawiający zgodnie z punktem IV.3 i IV.4 wymaga szczegółowego zapoznania się przez Wykonawców z pełnym opisem przedmiotu zamówienia pod rygorem odrzucenia oferty. Cena ofertowa obejmuje w szczególności wynagrodzenie i wszelkie koszty związane z przeniesieniem na Zamawiającego autorskich praw majątkowych oraz praw własności przemysłowej do utworów i wyników prac powstałych w wykonaniu zamówienia objętego niniejszym Zapytaniem Ofertowym.

- 3.3. Cena ofertowa (ryczałtowa) jest ceną brutto wraz z podatkiem od towarów i usług VAT. Wykonawca winien w ofercie, zgodnie z treścią Formularza ofertowego stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego, wskazać ilość roboczogodzin wraz z ceną jednostkową brutto odrębnie dla każdego elementu zamówienia wchodzącego w skład przedmiotu zamówienia. Wykonawca poda cenę w zapisie liczbowym z dokładnością do grosza (tj. do dwóch miejsc po przecinku).
- 3.4. Rozbicie wartości brutto oferty dla Pozycji 1, Pozycji 2, Pozycji 3, Pozycji 4 i Pozycji 5 na poszczególne elementy zamówienia służy jedynie oszacowaniu przez Zamawiającego zarówno wartości rozliczeń częściowych z Wykonawcą jak i do przeprowadzenia przez Zamawiającego oceny i porównania czy nie doszło do rażącego zaniżenia ceny przez Oferenta.

4. Kryterium oceny ofert:

Maksymalną liczbę punktów (100) otrzyma Oferent, który zaproponuje najniższą cenę brutto za całość zamówienia, natomiast pozostali Oferenci otrzymają odpowiednio mniejszą liczbę punktów zgodnie z poniższym wzorem:

$$P = \frac{C_N}{C_{OB}} \times [100]$$

gdzie:

P - liczba punktów przyznanych Oferentowi za zaoferowaną Cenę;

C_N - najniższa zaoferowana w postępowaniu Cena;

C_{OB} - cena zaoferowana w ofercie badanej;

100 - waga kryterium oceny.

5. Inne istotne warunki zamówienia:

- 5.1. Do realizacji zamówienia zostanie wybrany Wykonawca, który zaoferuje najlepszą ofertę pod kątem kryteriów oceny ofert zawartych w punkcie 4 niniejszej sekcji i który nie zostanie wykluczony z postępowania, a jego oferta nie będzie podlegać odrzuceniu.
- 5.2. Oferent będzie związany złożoną ofertą przez okres 30 dni od upływu terminu składania ofert wskazanego w punkcie 8 i 10 niniejszej sekcji Zapytania Ofertowego.
- 5.3. Z Oferentem, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza, będzie podpisana umowa pomiędzy nim a Zamawiającym według wzoru stanowiącego załącznik nr 4 do Zapytania Ofertowego, w uzgodnionym przez obie strony terminie nie dłuższym niż 14 dni od daty powiadomienia wykonawców o wyborze oferty.
- 5.4. Oferent zobowiąże się do umożliwienia organom kontrolującym realizację Projektu, wglądu do dokumentów Oferenta związanych z realizacją zamówienia, w tym dokumentów finansowych.
- 5.5. Zmniejszenie zakresu zamówienia nie będzie podstawą do dochodzenia jakichkolwiek roszczeń przez Oferenta. Oferent zgodzi się na zmniejszenie zakresu zamówienia na warunkach cenowych przedstawionych w jego ofercie.
- 5.6. Płatności dokonywane będą po otrzymaniu przez Zamawiającego środków pieniężnych na pokrycie kosztów wykonania umowy od ich dysponenta, tj. Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, w ramach Projektu.
- 5.7. Zamawiający dopuszcza rozliczenia częściowe za każdą z Pozycji w okresach uprzednio uzgodnionych przez obie Strony.

6. Sposób przygotowania oferty:

- 6.1. Ofertę sporządzić należy na załączonym druku „**FORMULARZ OFERTOWY**” (Załącznik nr 1), w języku polskim, w formie pisemnej. Wraz z formularzem należy dostarczyć wypełnione **Oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu** (Załącznik 2) oraz wypełnione **Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych lub/i kapitałowych z Zamawiającym** (Załącznik 3) i inne wymagane treścią niniejszego Zapytania Ofertowego dokumenty. Ofertę należy dostarczyć do Zamawiającego przed upływem terminu wskazanego w punkcie 8 niniejszej sekcji, z dopiskiem: „**Odpowiedź na Zapytanie Ofertowe nr 2/2023 z dnia 10 kwietnia 2023 roku**”.
- 6.2. Oferta powinna być złożona na piśmie (pod rygorem nieważności) z wykorzystaniem Formularza Oferty stanowiącego Załącznik numer 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego;
- 6.3. Jeden Oferent może złożyć tylko jedną ofertę (pod rygorem odrzucenia wszystkich ofert danego Oferenta);
- 6.4. Oferent może zwrócić się do Zamawiającego w formie elektronicznej o wyjaśnienie treści Zapytania Ofertowego. Ze strony Zamawiającego uprawnionym do udzielania wyjaśnień jest Pan Piotr Drużcz, adres e-mail: piotr@publy.pl. Informacja zostanie udzielona w terminie 48 h chyba, że pytanie Oferenta nie ma w ocenie Zamawiającego wpływu na treść oferty.

7. Miejsce złożenie oferty:

Biuro Projektu „Publy to innowacyjny system umożliwiający na dotarcie z lokalną spersonalizowaną reklamą cyfrową na nowoczesne urządzenia Point of Sale (POS) takie jak terminale płatnicze” przy ulicy Warszawskiej 6/32, 15-163 Białystok lub drogą elektroniczną na adres email: piotr@publy.pl.

8. Termin złożenia oferty:

Do dnia 20 kwietnia 2023 roku. Pod uwagę brana będzie data i godzina faktycznego doręczenia oferty (wpływu oferty do Zamawiającego). Oferty otrzymane po terminie wskazanym w zdaniu pierwszym traktowane będą jako niezłożone i nie będą rozpatrywane.

9. Informacja o wynikach postępowania:

Informacja o wynikach postępowania upubliczniona zostanie na stronie internetowej wskazanej w komunikacie ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego, przeznaczona do umieszczania zapytań ofertowych. Oferenci, którzy złożą oferty w niniejszym postępowaniu zostaną również powiadomieni o wyborze najkorzystniejszej oferty. Oferent, którego oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą zostanie powiadomiony odrębnie o formalnościach niezbędnych do zawarcia umowy. Informacje Zamawiającego do Wykonawców, o których mowa w niniejszym punkcie przesyłane będą drogą elektroniczną.

10. Sposób wyboru oferty:

- 10.1. W dniu 20 kwietnia 2023 r. należy dostarczyć ostateczne oferty w formie pisemnej lub elektronicznej na adres email: piotr@publy.pl.
- 10.2. W dniu 21 kwietnia 2023 roku o godz. 10.00 Zamawiający dokona otwarcia ofert i przystąpi do analizy złożonych ofert. W tym czasie Zamawiający zastrzega sobie prawo zwracania się do Wykonawców o wyjaśnienia dotyczące złożonych przez nich ofert.
- 10.3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany powyższych terminów w każdym czasie bez podania przyczyny.
- 10.4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do podjęcia negocjacji w zakresie oferowanej ceny z Wykonawcą, którego oferta uzyskała najwyższą ilość punktów, to jest została uznana za najkorzystniejszą, w przypadku gdy cena podana przez Wykonawcę przekracza wysokość środków przeznaczanych w budżecie Projektu na usługę objętą niniejszym postępowaniem.

Białystok, 10 kwietnia 2023 roku

(-) Piotr Drużcz