

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 1/2022 z 31.01.2022

Działania marketingowe i promocyjne

„Innowacyjna platforma crowdlendingowa Crowder.PRO”

Projekt numer POPW.01.01.02-20-0013/21

**Program Operacyjny Polska Wschodnia,
Oś priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia,
Działanie 1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów,
Poddziałanie 1.1.2 Rozwój startupów w Polsce Wschodniej**

Zamówienie obejmuje

Działania marketingowe i promocyjne

Białystok, 31.01.2022 r.

Spis treści

1. Nazwa i adres Zamawiającego	3
2. Postanowienia ogólne.....	3
3. Określenie przedmiotu zamówienia	4
5. Informacje o sposobie porozumiewania Zamawiającego z oferentami	9
6. Opis sposobu przygotowania ofert oraz załączników	9
7. Informacje dotyczące podstaw wykluczenia	10
8. Miejsce oraz termin składania ofert.....	10
9. Warunki udziału w postępowaniu	11
10. Wybór oferty	11
11. Sposób oceny ofert.....	12
12. Informacja dotycząca wyboru najkorzystniejszej oferty	12
13. Unieważnienie postępowania.....	13
14. Zawarcie umowy	13
15. Klauzula informacyjna w sprawie danych osobowych	13
16. Załączniki do zapytania ofertowego	16

1. Nazwa i adres Zamawiającego

CROWDER sp. z o. o.
ul. Żurawia 71
15-740 Białystok
NIP: 9662142494
Grzegorz Mizerski
tel. 795 569 318
email: gm@crowder.pro

2. Postanowienia ogólne

- 2.1. Zamawiający udziela zamówienia w trybie zapytania ofertowego zgodnie z Zasadą Konkurencyjności określoną w wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020.
- 2.2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wariantowych.
- 2.3. Każdy oferent może złożyć tylko jedną ofertę.
- 2.4. Oferta musi zostać sporządzona w języku polskim.
- 2.5. Złożenie oferty jest jednoznaczne z zaakceptowaniem treści i warunków zapytania ofertowego.
- 2.6. Złożenie oferty jest jednoznaczne z wyrażeniem zgody na podpisanie umowy.
- 2.7. Zamawiający informuje, że złożenie oferty przez Oferenta nie stanowi zawarcia umowy.
- 2.8. Okres ważności oferty wynosi 30 dni (słownie: trzydzieści dni). Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- 2.9. Oferent ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
- 2.10. Zamawiający zastrzega sobie możliwość, przed upływem terminu do składania ofert, zmiany zapytania ofertowego. Informacja o wprowadzonych zmianach będzie zawierała datę upublicznienia zmienionego zapytania oraz opis wprowadzonych zmian.
- 2.11. Jeśli jest to uzasadnione zakresem zmian wprowadzonych do zapytania ofertowego, Zamawiający przedłuży termin składania ofert o czas niezbędny do uwzględnienia wprowadzonych zmian w ofertach.
- 2.12. Zastrzega się, że wszelkie informacje, w tym wyjaśnienia i zmiany odnoszące się do przedmiotu zamówienia będą udostępniane publicznie w bazie konkurencyjności na stronie <https://bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/>, a także rozesłane do wszystkich oferentów, którzy złożyli oferty lub otrzymali pierwotną wersję zapytania ofertowego.
- 2.13. Wszelkie zmiany treści zapytania ofertowego oraz wyjaśnienia udzielone na zapytania oferentów stają się integralną częścią zapytania ofertowego i są wiążące dla oferentów.
- 2.14. Zamawiający nie przewiduje możliwości dokonywania zamówień uzupełniających.

3. Określenie przedmiotu zamówienia

Kody CPV: **79342200-5 Usługi w zakresie promocji**

Przedmiotem zamówienia są działania marketingowe i promocyjne w ramach projektu „Innowacyjna platforma crowdlendingowa Crowder.PRO” Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów, Poddziałanie 1.1.2 Rozwój startupów w Polsce Wschodniej, projekt numer POPW.01.01.02-20-0013/21.

Przedmiotem zamówienia są działania marketingowe i promocyjne w zakresie:

3.1 Działania public relations (PR)

Spółka wejdzie na rynek z nową usługą finansową w obszarze działalności crowdlendingowej, obejmującą m.in. nowe procesy wideo identyfikacji czy własny autorski system scoringowy. Tak nowa usługa potrzebuje dobrego wizerunku, rozpoznawalności produktu i pozytywnego skojarzenia z platformą. Kampanią PR będą budowane dobre relacje z klientami, partnerami oraz mediami.

Zaplanowane działania w tej kategorii skupią się na takich elementach jak:

- wywiad ze Spółką - wywiad będzie miał na celu wstępne określenie wymagań dla opracowania strategii public relations, celów, budżetu;
- zbudowanie spójnej strategii komunikacyjnej;
- medialna promocja rozwiązania Crowder.PRO;
- organizacja eventów promocyjnych;
- monitoring i współpraca z mediami;
- aktywność w mediach społecznościach.

Kampania PR rozpocznie się od momentu podpisania umowy z Agencją i będzie działaniem o charakterze długofalowym.

W ramach kampanii PR, Zamawiający oczekuje przeprowadzenie publikacji newsów o firmie w wybranych mediach w Polsce oraz w formie wywiadu z przedstawicielem Zamawiającego w wybranych przez Agencję mediach w okresie uzgodnionym z Zamawiającym. Zamawiający oczekuje na przygotowanie i emisję wywiadu natywnego przedstawiciela Zamawiającego w wybranym medium, w tym przedstawienie propozycji takiego wywiadu (4-6 stron tekstu przygotowanego przez Zamawiającego) oraz warunków finansowych publikacji. Zamawiający oczekuje też zorganizowania i wdrożenia emisji artykułu/artykułów promocyjnych wraz z rekomendacją dotyczącą wskazanego typu publikacji. W odniesieniu do tej publikacji taki artykuł /artykuły będzie miał charakter oznaczonego (tj. : *artykuł we współpracy z XXX [nazwa marki] pod nagłówkiem i na dole artykułu*).

Oczekiwane rezultaty przeprowadzonej kampanii:

- budowanie bazy danych kontaktowych od użytkowników, które w późniejszych działaniach promocyjnych można wykorzystać do działań sprzedażowych;
- precyzyjne targetowanie kampanii, np. targetowanie formularzy tylko na osoby o określonych danych demograficznych, zainteresowaniach czy szukających nowych metod inwestowania;
- zbieranie leadów to funkcjonalność która pozwala “przekonać nieprzekonanych”.

Zamawiający oczekuje też wynegocjowania i przedstawienia dodatkowych elementów promocji produktów Zamawiającego na stronie głównej różnych portali informacyjnych, stronie głównej portali o problematyce ekonomicznej czy wybranych mediów społecznościowych. Zamawiający oczekuje przedstawienie gwarancji zasięgów (liczonych

w unikalnych użytkowników tzw. unique users. Oczekiwany minimalny gwarantowany poziom to 5000 *unique users* łącznie w wybranym medium lub w wybranych mediach.

3.2 Reklama na blogach specjalistycznych poświęconych inwestycjom i oszczędzaniu

Reklamy na blogach specjalistycznych będą udostępniane od 6 miesiąca realizacji projektu tj. w okresie od 3 do 6 miesiąca od podpisania umowy w wybranym miesiącu w tym okresie. Korzystanie z takiej formy marketingu jest w pełni uzasadnione. Skutecznie przeprowadzona reklama internetowa na blogach powinna przełożyć się na generowanie wysokiej jakości leadów tj. osób potencjalnie zainteresowanych inwestycją w pożyczki crowdlendingowe. Taki sposób reklamy dorównuje popularnością i efektami reklamie telewizyjnej. Będzie stanowiła wiarygodne źródło docierające do obranej grupy docelowej odbiorców, a współpraca z blogerami da możliwość pozyskania wartościowych i unikalnych treści, co wspiera pozycjonowanie stron i ich ranking w wyszukiwarce. Reklama na blogach specjalistycznych poświęconych inwestycjom i oszczędzaniu, w tym:

- artykuły eksperckie, teksty specjalistyczne (wymagające researchu i specjalistycznej wiedzy, słownictwa; poradniki: od 5000 do 10000 znaków każdy a dotyczące:
 - kryterium wyboru platform crowdlendingowych,
 - opisu konkurencyjnych platform crowdlendingowych,
 - ryzyka inwestowania poprzez platformy crowdlendingowe,
 - house flippingu,
 - inwestowania na rynku nieruchomości,
- reklama na wybranych blogach specjalistycznych (banerowa – wybrane portale) lub innych wskazanych przez Agencję a zaakceptowanych przez Zamawiającego reklama powinna ukazać się na minimum 2 wybranych blogach.

Szczegółowe miesięczne nasilenie tego działania będzie dostosowywane do realnych potrzeb i kształtującego się popytu i rozpoznawalności produktu Spółki. Realizacja i zakres działań wg. przygotowanego przez Agencję harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.

Oczekiwane rezultaty:

Zamawiający oczekuje nawiązania współpracy z wybranymi, uznanymi wskazanymi blogami eksperckimi dotyczącymi inwestycji w tym w rynek nieruchomości, inwestycji deweloperskich wraz z uzasadnieniem wyboru. Efektem mają być emisje reklam czy materiałów reklamowych w tych mediach - w ramach proponowanego budżetu na tego działania.

3.3 Reklama banerowa produktowa, w tym w mediach społecznościowych

Opracowanie strategii i technologii pozyskiwania leadów (tj. przy czym lead definiowany jest jako osoba potencjalnie zainteresowana usługami platformy, które podają imię i nazwisko adres email) z wykorzystaniem takich narzędzi jak, media społecznościowe oraz przedstawienie rekomendowanego planu wyboru mediów społecznościowych, wyboru i optymalizacji grup docelowych, sposobu zarządzania wykluczeniami, re-marketingu, sposobu zarządzania i automatyzacji bazą danych, komunikacji z klientami, doboru narzędzi tzw. call to action. W zakresie tych czynności jest także opracowanie projektów graficznych reklamy w postaci banerów wyświetlających się na stronach internetowych związanych z inwestowaniem, finansami, biznesem, itp. Wraz z rekomendacją dotyczącą tych stron internetowych. W związku z tym, że ta forma reklamy opłacana jest *pay per click*, oznacza to konieczność z góry ustalenia rekomendowanego budżetu kampanii. Celem tego działania jest pozyskanie osób poszukujących, możliwości kredytowych lub inwestycyjnych przy okazji ich wizyt na tematycznych stronach.

Szczegółowe miesięczne nasilenie tego działania będzie dostosowywane do realnego zwrotu w klientach takiego sposobu promocji.

Oczekiwane rezultaty przeprowadzonej kampanii: budowanie bazy danych kontaktowych od użytkowników, które w późniejszych działaniach promocyjnych można wykorzystać do działań sprzedażowych; precyzyjne targetowanie kampanii, np. targetowanie formularzy tylko na osoby o określonych danych demograficznych, zainteresowaniach czy szukających nowych metod inwestowania; zbieranie leadów to funkcjonalność która pozwala "przekonać nieprzekonanych". W ramach tych zadań niezbędne będzie umiejętne zarządzanie aplikacjami technologicznymi wspierającymi planowanie, automatyzację kampanii oraz ich optymalizację

Planowana jest reklama banerowa realizacja i zakres działań wg. przygotowanego przez Agencję harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym. Minimalny, oczekiwany poziom leadów to 500.

3.4 Reklama w wynikach wyszukiwania w internecie.

Kampania przewidziana jest z największą intensywnością w II oraz IV Q 2022 roku. To strategiczny czas w ujęciu finalizowania kluczowych etapów w platformie Crowder.PRO. Dzięki kampanii można dotrzeć do potencjalnie zainteresowanych odbiorców już od momentu jej uruchomienia. Aby kampania była skuteczna konieczny jest remarketing. Takie działanie pozwoli na "śledzenie" użytkowników banerami reklamowymi przez wiele dni po opuszczeniu strony - gdy będą przeglądać inne portale. Reklama ma na celu zaprezentować nasze produkty pożyczkowe w ramach wyszukiwarki Google - pojawiając się jako reklama i/lub linki sponsorowane nad i pod wynikami organicznymi. Podobnie jak reklama banerowa występuje tu płatność *pay per click*, czyli płatność za każde kliknięcie potencjalnego klienta. Reklama ta jest skierowana do osób, które nie korzystają jeszcze regularnie z żadnego portalu crowdlendingowego/finansowego, ale zaczynają poszukiwać informacji w tym temacie w ramach wyszukiwarek internetowych – to reklama do osób poszukujących, stawiających pierwsze swoje kroki w tym obszarze. Na tym etapie reklama banerowa oraz kontekstowa w efektach wyszukiwania w internecie planowana będzie na bieżąco wg. przygotowanego przez Agencję harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym. W ramach tych zadań niezbędne będzie zarządzanie aplikacjami technologicznymi wspierającymi planowanie kampanii w wynikach wyszukiwania, automatyzację oraz ich optymalizację. Minimalna liczba kliknięć w serwowane reklamy to 1000.

3.5 Pozycjonowanie w sieci (SEO).

Działanie ma na celu wypozycjonowanie strony www.crowder.PRO w efektach wyszukiwania w Google. Rozpoczynający je audyt SEO pozwoli ocenić potencjał witryny, szanse oraz zagrożenia. W ramach usługi pozycjonowania, Zleceniodawca oczekuje:

- audytu strony WWW pod kątem widoczności w sieci,
- optymalizacja WWW dla wyszukiwarki Google,
- dostosowanie treści na stronie do algorytmów wyszukiwarki Google,
- wpisy promujące stronę w Internecie,
- tworzenie treści na blog firmowy (Content Marketing, min. 2000 znaków miesięcznie),
- analityki ruchu (zachowanie klientów na stronie www Zleceniodawcy),
- analizy użyteczności serwisu www z wykorzystaniem technik *user experience* (UX).

Działanie skupione na audycie SEO oraz pozycjonowaniu w sieci. Realizacja i zakres działań wg. przygotowanego przez Agencję harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym. Szczegółowe miesięczne nasilenie tego działania będzie dostosowywane do realnego zwrotu w klientach takiego sposobu promocji. Działanie ma na celu wypozycjonowanie

strony www.crowder.PRO w efektach wyszukiwania w Google. Rozpoczynający je audyt SEO pozwoli ocenić potencjał witryny, szanse oraz zagrożenia.

Oczekiwany rezultat: strona www.crowder.pro w pierwszej dziesiątce wyszukiwań Google wg uzgodnionych 5 słów kluczowych (fraz) oraz gwarancja, że po pierwszych 3 – 6 miesiącach od podpisania umowy strona WWW będzie widoczna w Google dla co najmniej 10 wyrażen kluczowych.

3.6 Kampania reklamowa w internecie skierowana do tzw. Fliperów czyli inwestorów zajmujących się tzw. house flippingiem. Reklama taka pozwoli na zbudowanie grupy dostawców transakcji fliperskich, a tym samym do opracowania atrakcyjnych produktów pożyczkowych. Oczekiwana rekomendacja dotycząca wysokości kosztów kampanii wraz z uzasadnieniem wraz z propozycją doboru mediów dla inwestorów działających w sektorze house flippingu.

3.7 E- Mailing i zarządzanie bazą danych

Nasz produkt w celu poznania, zrozumienia i uwierzenia wymaga przedstawienia szeregu informacji, przez co email marketing jest najlepszą formą do "łapania" nowych klientów. Wydatek jest niezbędny w celu zapewnienia sprawnego zarządzania bazą maili i komunikacją mailingową. Jako nowy podmiot na rynku chcemy szeroko docierać do konsumentów spełniających dwa kryteria - posiadających wolne środki i korzystających z aplikacji i systemów web. Najtańszym sposobem dotarcia z informacją o naszym systemie jest komunikacja email, która jednocześnie jest w stanie dostarczyć więcej informacji niż np. kampania w telewizji czy w mediach społecznościowych umożliwiającą emisję materiałów video.

W ramach w/w działań oczekiwana jest dobra znajomość aplikacji do automatyzacji mailingu.

Zamawiający oczekuje oferty w zakresie zarządzania bazą emaili i podania kosztów opracowania i wdrożenia strategii komunikacji emailowej do potencjalnych użytkowników platformy (tzw. leadów)

3.8 Kampanie reklamowo-sprzedażowa w portalu LinkedIn wraz z administracją dwóch profili

W zakresie wymienionych czynności, Zamawiający oczekuje zarządzania dwoma profilami na LinkedIN (firmowym i imiennym szefa projektu Grzegorza Mizerskiego) oraz opracowania i przeprowadzenia kampanii marketingowo – sprzedażowej dotyczącej zbierania leadów z wykorzystaniem dostępnych technik i działań. Administracja dwóch profili - zależy nam na dobrym wizerunku i pozycji firmy wychodzącej z nowym pomysłem na rynek. Skorzystanie z prowadzenia profili powinno zapewnić systematyczną komunikację z zainteresowanymi klientami oraz przyrost polubień. Za pomocą tej formy osiągnięty zostanie duży zasięg, precyzyjne targetowanie (reklama w mediach społecznościowych ma najbardziej precyzyjne możliwości w zakresie wybierania cech użytkowników, do których chcemy dotrzeć), bezpośredni kontakt (social media najsukuteczniej skracają dystans między biznesem i potencjalnym klientem) oraz wysoką konwersję (skuteczne wykorzystanie możliwości reklamy w mediach społecznościowych pozwala realizować jedne z najbardziej efektywnych kampanii marketingowych online. Realizacja i zakres działań wg. przygotowanego przez Agencję harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.

Oczekiwane rezultaty przeprowadzonej kampanii: budowanie bazy danych kontaktowych od użytkowników, które w późniejszych działaniach promocyjnych można wykorzystać do

działań sprzedażowych; precyzyjne targetowanie kampanii, np. targetowanie formularzy tylko na osoby o określonych danych demograficznych, zainteresowaniach czy szukających nowych metod inwestowania; zbieranie leadów to funkcjonalność która pozwala "przekonać nieprzekonanych". Dzięki kampanii możliwe być powinno precyzyjne i skuteczne dotarcie do przedstawicieli segmentu liczącego do 4,3 mln znajduje się w Polsce, z czego aż 22% to osoby decyzyjne;

Minimalny poziom polubień/ obserwacji serwisu Crowder.Pro to 200 - łącznie na obu profilach oraz minimalny poziom znajomych to 1500 dla obu profili.

3.9 Copywriting, opracowanie i publikacja artykułów specjalistycznych

Pomysł Crowder.PRO angażuje najnowsze trendy technologiczne wykorzystując rozwiązania sztucznej inteligencji oraz blockchain zarówno rynku inwestowania w nieruchomości, w rynku usług finansowych i inwestycji alternatywnych. Tak poważny i zaawansowany projekt wymaga zauważalnej i zrozumiałej oprawy w wejściu na rynek. Stąd w ramach tego działania potrzebne jest profesjonalne i rzeczowe opracowanie sześciu artykułów specjalistycznych o objętości od 5 do 10 tys. znaków dotyczących m.in. crowdlendingu, w tym analizy konkurencji w Polsce i w Europie, house flippingu i jego atrakcyjności, zyskowności wynajmu mieszkań, inflacji i jej wpływu na oszczędności, inwestowaniu w różne instrumenty inwestycyjne oraz wskazania wad i zalet tych instrumentów. Dodatkowo Zamawiający oczekuje opracowania treści maili do mailingu, tekstów do broszur i folderów reklamowych, zapowiedzi do e-booków, krótkich notatek prasowych, itd. o zawartości od 5 000 do 10 000 znaków łącznie. Realizacja i zakres działań wg. przygotowanego przez Agencję harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.

3.10 Uzupełnienie zdjęć i tekstów na stronie www.crowder.pro

W ramach tego działania Zamawiający oczekuje aktualizacji wybranych podstron w serwisie www.crowder.pro wg potrzeb Zamawiającego, uzupełnieniu treści na stronie, aktualizacji galerii zdjęć, przystosowaniu zdjęcia do wyświetlania na stronie i poprawy funkcjonalności serwisu Crowder.PRO (tzw. front-end) wg zasad U/X wraz z obróbką i przystosowaniem materiałów reklamowych do publikacji.

3.11 Dodatkowe animacje, infografika lub filmy reklamowe na stronie www.crowder.pro

Wymienione wcześniej formy reklamy produktów Zamawiającego wymagać będą różnych form graficznych np. zdjęć, grafik i animacji. Elementy te będą wykorzystywane do: tworzenia banerów w reklamie banerowej (koszt wskazany powyżej dot. kosztu samej kampanii bez opracowania graficznego banerów), do kampanii email w celu uatrakcyjnienia wiadomości (koszt wskazany powyżej dot. Kosztu samej kampanii), do strony www produktu oraz profilu na LinkedIn. Jednocześnie grafiki będą wykorzystywane również do artykułów sponsorowanych Wydatek dotyczy zakupu dodatkowych elementów graficznych, animacji, infografik, filmów reklamowych, mających na celu uatrakcyjnić kampanii reklamowych oraz edukację potencjalnych pożyczkodawców.

3.12 Przygotowania materiałów reklamowych

W tym m.in. projekty materiałów reklamowych, wytworzenie folderów informacyjno-promocyjnych, wizytówki, materiały do udziału w targach). Materiały Reklamowe Drukowane, w tym wizytówki (6 kompletów po 100 szt. każdy); przygotowanie graficzne materiałów, np. wizytówek, folderów informacyjno-promocyjnych/ katalogów/broszur, grafiki do remarketingu. Realizacja i zakres działań wg. przygotowanego przez Agencję harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.

4. Termin i miejsce realizacji zamówienia

- 4.1. Wymienione działania powinny zostać przeprowadzone w okresie od podpisania umowy do **31.01.2023r.** wg. przygotowanego przez Agencję harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.
- 4.2. Oferent jest zobowiązany do wskazania rzeczywistego czasu realizacji zamówienia.
- 4.3. Miejscem realizacji przedmiotu zamówienia będzie siedziba Zamawiającego, znajdująca się pod adresem:

ul. Żurawia 71
15-740 Białystok

5. Informacje o sposobie porozumiewania Zamawiającego z oferentami

- 5.1. Zapytanie ofertowe wraz z pozostałymi załącznikami sporządzone jest w języku polskim.
- 5.2. Oświadczenia, zawiadomienia, pytania i odpowiedzi oraz inne dodatkowe informacje Zamawiający i Oferenci przekazują sobie drogą elektroniczną. Jednocześnie każda ze stron na żądanie drugiej niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania.
- 5.3. Osobą uprawnioną do kontaktu ze strony Zamawiającego jest:

Grzegorz Mizerski
tel. 795 569 318
email: gm@crowder.pro

6. Opis sposobu przygotowania ofert oraz załączników

- 6.1. Oferta powinna być złożona na formularzu ofertowym stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego.
- 6.2. Oferta musi zawierać następujące elementy:
 - a) pełne dane identyfikujące Oferenta,
 - b) datę przygotowania oraz termin ważności oferty,
 - c) odniesienie się do każdego z zamieszczonych w zapytaniu ofertowym kryteriów wyboru oferty,
 - d) łączną cenę brutto, z wyszczególnieniem jej składowych, tzn. ceny netto i podatku VAT za realizację poszczególnych części. Cena powinna być wyrażona w jednostkach pieniężnych, tj. z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku,
 - e) termin realizacji przedmiotu zamówienia będących przedmiotem oferty,
 - f) dane osoby do kontaktu: imię i nazwisko, nr telefonu, adres poczty elektronicznej,
 - g) podpis osoby upoważnionej do złożenia oferty, zgodnie z reprezentacją wynikającą z właściwego rejestru lub na podstawie udzielonego pełnomocnictwa (przy czym pełnomocnictwo musi zostać załączone do oferty),
 - h) załączniki stanowiące integralną część oferty zgodnie z poniższym wykazem:
 - Załącznik nr 1 – Wzór oferty,
 - Załącznik nr 2 – Oświadczenia: o braku powiązań, RODO, o posiadaniu odpowiedniego kapitału, kwalifikacji, wiedzy oraz znajdowaniu się w sytuacji ekonomicznej i finansowej umożliwiającej wykonanie zamówienia.
- 6.3. Oświadczenie o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym składa osoba zaangażowana w przygotowanie oferty, wymieniona

w formularzu ofertowym i podpisującą składaną ofertą (zgodnie z prawem do reprezentacji firmy/pełnomocnictwem dołączonym).

- 6.4. Cena ofertowa powinna zawierać wszystkie koszty realizacji zamówienia, jakie Zamawiający będzie musiał ponieść z uwzględnieniem podatku VAT oraz ewentualnych upustów i rabatów.
- 6.5. Ocenie podlegać będą ceny netto (bez VAT), obejmujące wszystkie koszty wykonania zamówienia.
- 6.6. Zamawiający nie dopuszcza złożenia ofert w walutach obcych.
- 6.7. Cena ofertowa z zapytania ofertowego stanowi wartość umowy, która zostanie zawarta. Cena ta będzie niezmienna w toku realizacji umowy.
- 6.8. Wszystkie strony oferty powinny być ponumerowane i stanowić jeden plik pdf.

7. Informacje dotyczące podstaw wykluczenia

- 7.1. Z przedłożonych ofert wyklucza się oferentów, którzy:
 - nie spełniają warunków udziału w postępowaniu, określonych w pkt 9 niniejszego zapytania ofertowego,
 - są powiązani z Zamawiającym osobowo bądź kapitałowo.
- 7.2. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe, o którym mowa w pkt 7.1 powyżej, 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 przeprowadzaniem procedury wyboru Wykonawcy, a Wykonawcą, polegające w szczególności na:
 - uczestniczeniu w spółce, jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
 - posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji, o ile niższy próg nie wynika z przepisów prawa.
 - pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.
- 7.3. Warunek braku powiązań osobowych lub kapitałowych zostanie spełniony jeśli oferent przedłoży oświadczenie w tym zakresie. Ocena spełnienia warunku braku powiązań, o którym mowa wyżej nastąpi poprzez analizę i weryfikację złożonego przez oferenta oświadczenia. Ocena warunku wg formuły spełnia – nie spełnia. Należy wypełnić i dołączyć Załącznik do formularza oferty.
- 7.4. Z udziału w postępowaniu wyłączone są podmioty, które podlegają wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie art. 108 ustawy Prawo zamówień publicznych.
- 7.5. Z udziału w postępowaniu wyłączone są podmioty, które podlegają wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie na podstawie art. 108 pkt 1 ustawy Prawo zamówień publicznych. Ocena warunku wg formuły spełnia – nie spełnia. Należy wypełnić i dołączyć Załącznik do formularza oferty.

8. Miejsce oraz termin składania ofert

- 8.1. Ofertę należy złożyć w terminie do dnia 15-02-2022:**

- za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres mailowy: gm@crowder.pro podając w tytule „**Zapytanie ofertowe numer 1/2022**”;
- za pośrednictwem portalu baza konkurencyjności <https://bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/>
- za pośrednictwem poczty standardowej Poczta Polska S.A. lub Kurier na adres siedziby firmy: CROWDER sp. z o. o., ul. Żurawia 71, 15-740 Białystok podając w tytule „**Zapytanie ofertowe numer 1/2022**”;
- za pośrednictwem osobistego doręczenia na adres siedziby firmy: CROWDER sp. z o. o., ul. Żurawia 71, 15-740 Białystok podając w tytule „**Zapytanie ofertowe numer 1/2022**”;

8.2. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane i zostaną usunięte.

8.3. Oferty niekompletne oraz takie, do których nie zostaną załączone wymagane załączniki, zostaną odrzucone z przyczyn formalnych.

8.4. Uczestnikom postępowania (oferentom) nie przysługuje żadne roszczenie w związku z odrzuceniem oferty z przyczyn formalnych.

8.5. Oferent może przed upływem terminu składania ofert wycofać lub zmienić ofertę, z zastrzeżeniem, że zmieniona oferta musi być złożona wg. takich samych zasad, jak składana oferta, odpowiednio oznakowana z dopiskiem „ZMIANA OFERTY”.

8.6. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert, w tym m.in. sprawdzenia wiarygodności przedstawionych przez oferentów dokumentów, danych i informacji oraz do zadania dodatkowych pytań w celu uszczegółowienia oferty.

8.7. Wiążąca jest data i godzina wpłynięcia oferty do Zamawiającego.

9. Warunki udziału w postępowaniu

9.1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Oferenci, którzy spełniają warunki określone w niniejszym zapytaniu.

9.2. O udzielenie zamówienia może ubiegać się podmiot posiadający niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponujący potencjałem technicznym i personelem zdolnym do wykonania zamówienia.

9.3. Ocena spełnienia warunków udziału w niniejszym postępowaniu wg formuły **spełnia – nie spełnia**, o których wyżej mowa zostanie dokonana na podstawie oświadczenia złożonego przez Oferenta w tym zakresie.

10. Wybór oferty

10.1. Wyboru najkorzystniejszej oferty dokonuje się spośród oferentów, którzy złożyli w przewidzianym terminie ofertę spełniającą wymagania określone w niniejszym zapytaniu ofertowym.

10.2. Z wyboru najkorzystniejszej oferty sporządza się protokół.

10.3. Jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana uchyli się od zawarcia umowy, Zamawiający podpisze umowę z kolejnym Oferentem, który uzyskał kolejną najwyższą liczbę punktów i spełnia warunki udziału w postępowaniu.

11. Sposób oceny ofert

Zamówienie zostanie udzielone Wykonawcy po uprzednim porównaniu i ocenie wszystkich ofert. Zamawiający dokona oceny ważnych ofert na podstawie przedstawionych poniżej kryteriów oceny ofert i ustalonej dla nich punktacji. **Oferta może otrzymać maksymalnie 100 pkt.**

NUMER KRYTERIUM	KRYTERIUM	WAGA (pkt)
K1	cena całkowita netto	100

11.1. Kryterium „K1” – „Cena netto”

Przez to kryterium Zamawiający rozumie określoną przez oferenta cenę całkowitą netto za zrealizowanie przedmiotu zamówienia wskazanego w ofercie. Punktacja za powyższe kryterium zostanie obliczona wg następującego wzoru:

$$(\text{cena najniższa} / \text{cena badana}) \times 100 = \text{ilość punktów}$$

11.2. Zamawiający dokona oceny ofert na podstawie wyników osiągniętej liczby punktów wyliczonych w oparciu o powyższe kryteria i ustaloną punktację. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która uzyska największą ilość punktów.

11.3. Jeżeli nie będzie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę najkorzystniejszą ze względu na cenę.

11.4. Punktacja będzie zaokrąglana w górę do 2 miejsc po przecinku.

11.5. Ponadto Zamawiający przy dokonywaniu wyboru Wykonawcy będzie się kierował elementarnymi zasadami obowiązującymi na wspólnotowym jednolitym rynku europejskim, min:

- zasadą przejrzystości i jawności prowadzonego postępowania,
- zasadą ochrony uczciwej konkurencji,
- zasadą swobody przepływu kapitału, towarów, dóbr i usług,
- zasadą niedyskryminacji i równego traktowania wykonawców na rynku.

12. Informacja dotycząca wyboru najkorzystniejszej oferty

O wyborze najkorzystniejszej oferty, każdy oferent zostanie poinformowany drogą elektroniczną. Ponadto wyniki postępowania zostaną upublicznione na stronie <https://bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/>, oraz na stronie internetowej Zamawiającego. Informacja o wyniku postępowania powinna zawierać co najmniej nazwę oferenta, którego oferta została uznana za najkorzystniejszą.

13. Unieważnienie postępowania

Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania, w przypadkach gdy:

- cena najkorzystniejszej oferty lub oferta z najniższą ceną przewyższa kwotę, którą Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia, chyba, że Zamawiający może zwiększyć tę kwotę do ceny najkorzystniejszej oferty,
- nie złożono żadnej oferty niepodlegającej odrzuceniu albo nie wpłynął żaden wniosek o dopuszczenie do udziału w postępowaniu od Wykonawcy niepodlegającego wykluczeniu,
- postępowanie obarczone jest niemożliwą do usunięcia wadą mającą lub mogącą mieć istotny wpływ na wynik postępowania o udzielenie zamówienia,
- wystąpiła istotna zmiana okoliczności powodująca, że prowadzenie postępowania lub wykonanie zamówienia nie leży w interesie publicznym, czego nie można było wcześniej przewidzieć.

14. Zawarcie umowy

- 14.1. W ciągu 14 dni od daty poinformowania o wyborze najkorzystniejszej oferty, wybrany Oferent powinien zawrzeć z Zamawiającym Umowę o udzielenie zamówienia.
- 14.2. Zamawiający przewiduje kary umowne w wysokości do wartości umowy w przypadku gdy Wykonawca nie zrealizuje zlecenia lub zrealizuje zlecenie w sposób niezgodny z postanowieniami umowy oraz bez zachowania należytej staranności, w szczególności w przypadku jakichkolwiek nieuzasadnionych opóźnień oraz nie informowaniu o zaistniałych problemach.
- 14.3. Wykonawca będzie zobowiązany do oznakowania stworzonej dokumentacji zgodnie z aktualnie obowiązującymi zasadami Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji.
- 14.4. Wykonawca zaakceptuje klauzulę, że otrzyma wynagrodzenie tylko za faktycznie wykonane usługi.
- 14.5. Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany postanowień umowy zawartej z podmiotem wybranym w wyniku przeprowadzonego postępowania w punktach dotyczących zakresu, terminu i sposobu wykonania przedmiotu zamówienia, w przypadkach:
 - a. uzasadnionych, niezależnych od Wykonawcy lub Zamawiającego (np. z przyczyn technicznych, gospodarczych czy politycznych),
 - b. obiektywnych przyczyn niezależnych od Wykonawcy lub Zamawiającego,
 - c. okoliczności siły wyższej,
 - d. zmian regulacji prawnych obowiązujących w dniu podpisania umowy,
 - e. otrzymania decyzji jednostki finansującej projekt zawierającej zmiany zakresu zadań, terminów realizacji czy też ustalającej dodatkowe postanowienia, do których Zamawiający zostanie zobowiązany. Niedotrzymanie pierwotnego terminu z przyczyn innych niż wymienione powyżej skutkować będą naliczeniem kar umownych. W/w przypadki nie mogą wpłynąć na zaoferowaną cenę przedmiotu zamówienia.

15. Klauzula informacyjna w sprawie danych osobowych

Zgodnie z art. 13 ust. 1-2 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku

z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (dalej „**RODO**”) informujemy, że:

Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Zamawiający. W sprawie ochrony danych osobowych można skontaktować pod adresem e-mail lub pisemnie na adres siedziby firmy wskazanym powyżej.

I. Cele i podstawy przetwarzania. Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane na podstawie:

- art. 6 ust. 1 lit. c RODO - wyłącznie w celu związanym z zapewnieniem zasady konkurencyjności w związku zapytaniem ofertowym nr 1/2022 w ramach realizacji projektu pn. „**Innowacyjna platforma crowdlendingowa Crowder.PRO**” w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów, Poddziałanie 1.1.2 Rozwój startupów w Polsce Wschodniej, projekt numer POPW.01.01.02-20-0013/21.;
- art. 6 ust. 1 lit. b) RODO – w celu podjęcia działań zmierzających do zawarcia umowy, a także w celu realizacji tej umowy;
- art. 6 ust. 1 lit. f) RODO – uzasadnione interesy Administratora, w szczególności dochodzenie roszczeń.

II. Okres przetwarzania Pani/Pana danych osobowych związany jest ze wskazanymi powyżej celami ich przetwarzania. Wobec powyższego dane osobowe będą przetwarzane przez czas, w którym przepisy prawa nakazują Administratorowi przechowywanie danych lub przez okres przedawnienia ewentualnych roszczeń, do dochodzenia których konieczne jest dysponowanie danymi (np. Administrator, będąc beneficjentem musi zapewnić swobodny dostęp do dokumentacji projektowej na okoliczność przeprowadzenia audytu przez upoważnione do tego instytucje, tj. przez okres 5 lub 3 lat, a w przypadku gdy środki uzyskane przez beneficjenta stanowią pomoc publiczną – 10 lat).

III. Prawa osoby, której dane dotyczą. W przypadkach i na zasadach określonych w powszechnie obowiązujących przepisach o ochronie danych osobowych przysługują Pani/Panu prawa do dostępu do swoich danych oraz otrzymania ich kopii, do sprostowania (poprawiania) danych*, do usunięcia, ograniczenia ich przetwarzania* lub wniesienia sprzeciwu wobec ich przetwarzania, do przenoszenia danych oraz wniesienia skargi do właściwego organu nadzorczego.

IV. Odbiorcy danych. Pani/Pana dane osobowe będą przekazywane osobom lub podmiotom, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o zapisy rozdziału 6.5.2 „Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014- 2020”, uprawnionym instytucjom określonym przez przepisy prawa. Administrator może przekazywać dane osobowe do państwa trzeciego w związku z korzystaniem przez Administratora z Systemów informatycznych przy wykorzystaniu usług chmurowych, z tym jednak, że podmiot dostarczający ww. usługi uznany jest przez Komisję Europejską za podmiot zapewniający odpowiedni stopień ochrony, a nadto w przypadku przekazania danych przez dostawcę usług chmurowych do państwa trzeciego nie mającego odpowiedniego stopnia ochrony – zapewnia o odpowiednich i właściwych zabezpieczeniach. Ma Pan/Pani możliwość uzyskania kopii przekazanych danych lub o miejscu udostępnienia danych.

V. Podanie danych jest dobrowolne, jednakże ich brak uniemożliwi udział w postępowaniu.

1. Obowiązek podania danych osobowych bezpośrednio dotyczących Oferenta jest wymogiem określonym w przepisach prawa związanym z udziałem w postępowaniu mającym na celu zapewnienie przestrzegania zasady konkurencyjności i obejmuje maksymalnie:
 - a. imię i nazwisko (firma);
 - b. adres pocztowy (województwo, powiat, miejscowość, ulica, numer budynku, numer lokalu (mieszkania), kod pocztowy);
 - c. wynik oceny oferty wyliczony przez Zamawiającego zgodnie z kryteriami oceny ofert.

W przypadku, kiedy oferta złożona przez osobę fizyczną, wybrana została jako najkorzystniejsza, niezbędne dane osobowe Zamawiający publikuje w treści zapytania ofertowego w oknie „Informacja o wybranym wykonawcy”. Niezbędne dane to: imię i nazwisko, adres zamieszkania oraz cena oferty. Publikacja tych danych osobowych jest konieczna ze względu na realizację podstawowego celu zasady konkurencyjności. Konsekwencje niepodania określonych danych wynikają także z przepisów prawa.

2. Oferent w każdym momencie ma prawo:
 - a. dostępu do swoich danych osobowych – art. 15 RODO;
 - b. do żądania poprawienia – art. 16 RODO;
 - c. ograniczenia przetwarzania danych, z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 RODO; a także
 - d. wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy Oferent uzna, że przetwarzanie danych osobowych narusza przepisy RODO;
3. Oferentowi nie przysługuje, w związku z art. 17 ust. 3 lit. b), d) lub e) RODO prawo do:
 - a. usunięcia danych osobowych;
 - b. prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
 - c. prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, o którym mowa w art. 21 RODO, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c) RODO.
4. W odniesieniu do danych osobowych Oferenta decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO, w tym również w formie profilowania.

VI. Zautomatyzowane podejmowanie decyzji. Informujemy, że w ramach przetwarzania danych, o których mowa powyżej **nie będą podejmowane decyzje w sposób zautomatyzowany i Pani/Pana dane nie będą profilowane.**

** **Wyjaśnienie:** Skorzystanie z prawa do sprostowania nie może skutkować zmianą wyniku postępowania o udzielenie zamówienia ani zmianą postanowień umowy w zakresie niezgodnym z Wytycznymi w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego*

16. Załączniki do zapytania ofertowego

Załącznik nr 1 – Wzór oferty

Załącznik nr 2 – Oświadczenia: o braku powiązań, o posiadaniu odpowiedniego kapitału, kwalifikacji, wiedzy oraz znajdowaniu się w sytuacji ekonomicznej i finansowej umożliwiającej wykonanie zamówienia.

Załącznik nr 3 - Projekt umowy