

Zamawiający zawiadamia o wpłynięciu pytań do zapytania na „Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w mediach cyfrowych w ramach projektu Go to Brand”

- 1. Uprzejmie proszę o wskazanie jaki jest minimalny wymagany przez Państwa zasięg reklam w mediach społecznościowych (i w jakich dokładnie mediach) i grupa docelowa, ponieważ wycena zlecenia bezpośrednio zależy od zasięgu i grupy docelowej.**

Celem kampanii informacyjno – promocyjnej prowadzonej w mediach cyfrowych jest promocja marki 4system, polegająca m.in. na zapoznaniu rynków docelowych – Japonii i Zjednoczonych Emiratów Arabskich z produktami oferowanymi przez Zamawiającego.

Promocja ma przyczynić się do zwiększenia pozycji Zamawiającego na rynku międzynarodowym, nawiązaniu kontaktów handlowych, a w ostateczności do sprzedaży produktów Zamawiającego Klientom z rynków docelowych (Japonia i Zjednoczone Emiraty Arabskie).

Działania mają być prowadzone w mediach cyfrowych na rynkach perspektywicznych, czyli na rynku Japonii i Zjednoczonych Emiratów Arabskich, a grupą docelową mają być potencjalni klienci z tych rynków.

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca do składanej oferty dołączył próbkę - koncepcję kampanii informacyjno – promocyjnej, w której przedstawi przebieg całej kampanii. Wykonawca będzie zobowiązany do realizacji kampanii zgodnej z zapisami dokumentacji postępowania oraz będzie zobowiązany do realizacji kampanii zgodnie z zaoferowaną przez siebie koncepcją, dołączoną do oferty. W koncepcji Wykonawca zaproponuje jakie media społecznościowe wykorzysta w kampanii i jaki będzie zasięg reklam w mediach społecznościowych.

Zgodnie z Zapytaniem ofertowym i Opiszem przedmiotu zamówienia:

- w ramach kryterium ocen Zamawiający będzie oceniał: Zaoferowaną przez Wykonawcę liczbę prowadzonych portali społecznościowych w ramach kampanii oraz zaoferowaną przez Wykonawcę liczbę odbiorców z grup docelowych, do których dotrze kampania informacyjno – promocyjna.

Wynikiem projektu ma być podpisanie nowych kontraktów handlowych z zagranicznymi partnerami handlowymi i promocja ma się przyczynić do uzyskania tych efektów.

- 2. Jakie konkretne wymagania powinny spełniać zdjęcia, które byłyby publikowane w mediach społecznościowych?**

Zdjęcia publikowane w mediach społecznościowych powinny w atrakcyjny sposób zaprezentować Zamawiającego i produkty przez niego oferowane (produkty z branży IT, szczególnie e-learning), a następnie

zachęcić do kupna, czyli wzbudzić u potencjalnego Klienta poczucie, że potrzebuje/chce/musi kupić reklamowany produkt. Wykonawca będzie zobowiązany, przed upublicznieniem zdjęć, treści w mediach społecznościowych, przedstawić swoje propozycje Zamawiającemu. Dopiero po otrzymaniu akceptacji Wykonawca będzie mógł umieszczać zdjęcia, treści w mediach społecznościowych.

3. Czy w ramach „stałego nadzoru nad komentarzami i ich moderacją”:

- a. czy wystarczające będzie odpowiedzenie na komentarz w ciągu (i) dwóch godzin od pojawienia, jeżeli pojawi się w godzinach 8-16 lub (ii) do godziny 8 rano następnego dnia, jeżeli taki komentarz pojawi się po godz. 16? – Jeżeli te warunki nie są wystarczające, prosimy o ich sprecyzowanie
- b. jaka jest docelowa liczba fanów, którą należy osiągnąć w każdym z mediów społecznościowych, w których prowadzony będzie profil?
- c. czy wystarczające będzie prowadzenie profilu w dwóch mediach społecznościowych (np. Facebook, Instagram) czy też wymagane jest prowadzenie go w większej liczbie mediów społecznościowych?
- d. co do zdjęć wstawianych w mediach społecznościowych: czy możliwe jest wykorzystywanie gotowych zdjęć, dostępnych w serwisach ze zdjęciami czy też muszą być to zdjęcia wykonane przez fotografa specjalnie na potrzeby projektu?
- e. czy możliwe jest wstawianie grafik / infografik / gifów czy też muszą to zawsze być zdjęcia?

Jak wskazał Zamawiający w odpowiedzi do pytania 1, Wykonawca do oferty musi dołączyć próbkę – koncepcję kampanii informacyjno – promocyjnej, w której zdefiniuje sposób realizacji kampanii, prowadzący do osiągnięcia zamierzonych celów - zwiększenia pozycji Zamawiającego na rynku międzynarodowym, nawiązaniu kontaktów handlowych oraz podpisanie nowych kontraktów handlowych przez Zamawiającego z zagranicznymi partnerami handlowymi.

W ramach koncepcji Wykonawca zdefiniuje docelową liczbę fanów, liczbę prowadzonych portali społecznościowych (które też są jednym z kryteriów oceny ofert).

Wykonawca będzie zobowiązany do przekazania na rzecz Zamawiającego praw autorskich do przygotowanych zdjęć/grafik, tekstów – wszystkich materiałów, które przygotuje i wykorzysta w ramach kampanii informacyjno – promocyjnej. Możliwe jest wstawianie nie tylko zdjęć, przy czym Wykonawca powinien pamiętać, że w mediach społecznościowych będzie zamieszczał treści i inne elementy, po zatwierdzeniu ich przez Zamawiającego.

Dodatkowo należy zaznaczyć, że Zamawiający w ramach projektu planuje uczestniczyć w targach w charakterze wystawcy (IFA Berlin 2018, 2019, IAC Brema 2018, CeBIT 2018, IT Week Tokio 2018 , Mobile World Congress 2019, Gitex Technology 2019, w misji gospodarczej w Zjednoczonych Emiratach Arabskich). W ramach kampanii informacyjno – promocyjnej, także w mediach społecznościowych, Wykonawca będzie zobowiązany do zamieszczania zdjęć z tych targów, a także z innych wydarzeń, w których będzie brał udział Zamawiający.

- 4. Uprzejmie proszę o wskazanie załącznika nr 6 – w plikach dostępnych na stronie z zapytaniem ofertowym nie ma załącznika o tym numerze**

Załącznik nr 6 przesyłany jest do Wykonawców na ich prośbę, drogą mailową. Aby otrzymać Załącznik nr 6 – Wymagania dotyczące próbkki, należy zwrócić się do Zamawiającego, przesyłając na adres e-mail: d.kabala@4system.com, informację, że Wykonawca chce otrzymać Załącznik nr 6.

- 5. Uprzejmie proszę o wskazanie, w którym pliku podane są szczegóły dotyczące próbkki, o której dostarczenie prosicie Państwo, wskazując rozdz. V, pkt. 7, opracowanej zgodnie z Państwa wymaganiami, wskazanymi w załączniku 6.**

Patrz, odpowiedź na Pytanie 4.