

## ZAPROSZENIE DO ZŁOŻENIA OFERTY

W związku z zamiarem zlecenia usługi polegającej na przeprowadzeniu kampanii promującej narzędzi wspierających transformację cyfrową dla MŚP w Polsce, Fundacja Platforma Przemysłu Przyszłości (FPPP) z siedzibą w Radomiu przy ul. Malczewskiego 24, 26-609 Radom (dalej „Zamawiający”) zwraca się z prośbą o złożenie oferty na usługę.

### 1. Informacje ogólne o Zamawiającym

Zleceniodawcą jest Fundacja Skarbu Państwa (instytucja non-profit), powołana przez Ministerstwo Rozwoju w 2019 roku a nadzorowana przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, której jednym z kluczowych działań jest budowa odpowiedniego środowiska wokół przemysłu 4.0. W tym celu Zleceniodawca koordynuje i standaryzuje cyfrowe ośrodki innowacji (ang. Digital Innovation Hubs – DIH). Huby mają działać w oparciu o odpowiednią infrastrukturę technologiczną (centra kompetencji) i zapewniać dostęp do najnowszej wiedzy i technologii tak, aby wspierać przedsiębiorców w działaniach pilotażowych, testach i eksperymentach danej technologii. Celem jest zwiększenie produktywności oraz zmiana modeli biznesowych.

Inicjatywa udziela także wsparcia eksperckiego w zakresie transformacji cyfrowej oraz podnosi kompetencje kadry polskich przedsiębiorstw, organizuje szkolenia oraz promuje nowatorskie rozwiązania z obszarów, m.in.: inteligentnej analizy danych, automatyzacji, komunikacji ludzi z maszynami, wirtualizacji procesów oraz cyberbezpieczeństwa.

Zleceniodawca pomaga polskim przedsiębiorcom w procesie modernizacji i transformacji cyfrowej biznesu, tak aby prowadzone przez nich firmy były jak najbardziej konkurencyjne na rynku globalnym.

Więcej o zadaniach Zleceniodawcy można przeczytać na <https://przemyslprzyszlosci.gov.pl/co-robimy/>

### 2. Informacje ogólne o usłudze – zadaniu do wykonania

1. Przedmiotem zamówienia jest opracowanie kreacji, przygotowanie mediaplanu i przeprowadzenie kampanii internetowej promującej narzędzia wsparcia transformacji cyfrowej dla MŚP w Polsce.
2. Celem kampanii jest:
  - a. Budowa świadomości istnienia narzędzi wspierających transformację cyfrową MŚP, które przygotowała Fundacja Platforma Przemysłu Przyszłości.
  - b. Wzbudzenie zainteresowania wśród grupy docelowej, aby skorzystać z narzędzi opracowanych przez FPPP poprzez zwiększenie ruchu na stronie.
  - c. Promowanie korzyści wynikających z adaptacji nowoczesnych rozwiązań cyfrowych w dziedzinie małych i średnich przedsiębiorstw.
  - d. Wspieranie edukacji przedsiębiorców na temat korzyści płynących z cyfrowej transformacji ich działalności. Link do strony docelowej: <https://przemyslprzyszlosci.gov.pl/narzedzia-fppp>
  - e. Zwiększenie ruchu na stronie: <https://przemyslprzyszlosci.gov.pl/narzedzia-fppp/> oraz zachęcenie odbiorców do korzystania z narzędzi wspierających transformację cyfrową (w tym ruch użytkowników powracających).
3. Grupą docelową są głównie przedstawiciele małych i średnich przedsiębiorstw produkcyjnych w Polsce, zajmujący stanowiska decyzyjne w swoich organizacjach (dyrektorzy operacyjni, produkcji, finansów, księgowości, dyrektorzy IT, dyrektorzy technologiczni, dyrektorzy zakładów produkcyjnych, fabryk,

właściciele, członkowie zarządów, a także osoby odpowiedzialne za rozwój poszczególnych technologii oraz inżynierowie).

4. Kampania będzie trwała od 11.12.2023 r. do 26.12.2023 r. (włącznie)
5. Budżet reklamowy wynosi: 20 000 zł brutto

W ramach zamówienia Wykonawca wykona następujące zadania:

1. Przygotowanie mediaplanu zawierającego proponowane:
  - a. kanały komunikacji (medium),
  - b. całkowity budżet brutto przewidziany na kanał (w tym koszty kreacji i praw autorskich oraz tworzenia i optymalizacji kampanii),
  - c. wielkość grupy docelowej i jej identyfikacja,
  - d. rodzaj i format reklamy,
  - e. estymowana liczba użytkowników,
  - f. estymowana liczba wyświetleń reklamy,
  - g. estymowana liczba kliknięć w reklamę,
  - h. wskaźnik CTR,
  - i. średni CPC,
  - j. słowa kluczowe, które zostały wzięte do estymacji kosztów (jeśli je uwzględniano).
2. Przygotowanie propozycji co najmniej 3 grafik, które zostaną zastosowane w planie komunikacji, spełniające wymagania dotyczące materiałów reklamowych w tych kanałach. Materiały zostaną wykorzystane w kampanii promocyjnej według mediaplanu przedstawionego przez Wykonawcę;
3. Przygotowanie innych materiałów marketingowych niezbędnych do wykonania usługi według mediaplanu przedstawionego przez Wykonawcę;
4. Zapewnienie odpowiedniego wyeksponowania marki FPPP;
5. Uwzględnienie elementów graficznych zgodnie z identyfikacją wizualną Zamawiającego;
6. Przygotowanie raportu z działań kampanii.

#### 4. Warunki prowadzenia usługi

1. Usługa będzie prowadzona od 11 grudnia do 26 grudnia 2023 r.
2. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia raportu analitycznego w ciągu 2 dni od zakończenia kampanii, na podstawie którego zostanie dokonana weryfikacja osiągnięcia wskaźników efektywności.
3. Obowiązkiem Wykonawcy będzie ścisła współpraca z Zamawiającym w celu omówienia podejmowanych działań.
4. W ramach prowadzonej kampanii Wykonawca będzie konsultował kwestie związane z treściami reklamowymi innymi elementami z Zamawiającym, dla zapewnienia najlepszych efektów prowadzonych działań.
5. Wykonawca oświadcza, że posiada doświadczenie oraz umiejętności niezbędne do profesjonalnego wykonania kampanii i realizacji materiałów marketingowych.

#### 5. Koszty usługi

1. Cenę oferty należy podać zgodnie z Formularzem Ofertowym, stanowiącym Załącznik nr 1.

#### 6. Warunki udziału w postępowaniu

1. W postępowaniu mogą wziąć udział wykonawcy, którzy spełniają łącznie następujące warunki:
  - a. w ciągu ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, przeprowadził trzy kampanie reklamowe, każda o wartości co najmniej 20 000 zł brutto.

- b. dysponuje osobami posiadającymi poniżej określone doświadczenie, które zostaną skierowane do realizacji przedmiotowego zamówienia:
  - i. co najmniej jedną osobą na stanowisku Project Managera lub pokrewnym, która w okresie trzech lat przed upływem terminu składania ofert była odpowiedzialna za prowadzenie co najmniej dwóch projektów z zakresu kampanii reklamowych tj. kontakty z klientem, analizę potrzeb, raportowanie, itp.
  - ii. co najmniej jedną osobą będącą Specjalistą ds. marketingu internetowego, która w ostatnich trzech latach przed upływem terminu składania ofert była odpowiedzialna za przygotowanie i przeprowadzenie co najmniej dwóch kampanii, wraz z analizą skuteczności co najmniej dwóch kampanii w Internecie.
  - iii. Zamawiający dopuszcza możliwość, że 1 osoba pełni obie w/w funkcje.
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości powierzenia przez Wykonawcę wykonania usługi podmiotom trzecim.
3. Oferty Wykonawców, którzy nie wykażą spełnienia warunków, o których mowa w pkt 1, zostaną odrzucone.

## 7. Ocena ofert

1. Wykonawca poda cenę oferty w Formularzu Ofertowym, stanowiącym Załącznik nr 1. Cena oferty stanowi wynagrodzenie całkowite brutto, obowiązujące przez cały okres realizacji zadania.
2. Cena musi być wyrażona w złotych polskich (PLN), z dokładnością nie większą niż dwa miejsca po przecinku.
3. Wykonawca poda w Formularzu Ofertowym stawkę podatku od towarów i usług (VAT) właściwą dla przedmiotu zamówienia, obowiązującą według stanu prawnego na dzień składania ofert. Określenie ceny ofertowej z zastosowaniem nieprawidłowej stawki podatku od towarów i usług (VAT) potraktowane będzie, jako błąd w obliczeniu ceny i spowoduje odrzucenie oferty.
4. Rozliczenia między Zamawiającym a Wykonawcą będą prowadzone w złotych polskich (PLN).
5. W przypadku rozbieżności pomiędzy ceną podaną cyfrowo a słownie jako wartość właściwa zostanie przyjęta cena podana słownie.
6. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie będą podlegały odrzuceniu. Przy ocenie ofert zostaną uwzględnione następujące kryteria:
  - a. Kryterium „cena oferty brutto” - waga kryterium 40%;
  - b. Kryterium merytoryczne „najwyższa skuteczność” - waga kryterium 30%
  - c. Kryterium merytoryczne „dotarcie do grupy docelowej” – waga kryterium 15%
  - d. Kryterium merytoryczne „identyfikacja grupy docelowej - opis” – waga kryterium 15%
7. Zamawiający oceni oferty przyznając punkty w ramach kryteriów oceny ofert, przyjmując zasadę, że 1% = 1 punkt. Zamawiający dokona wyliczenia punktów dla danej oferty do dwóch miejsc po przecinku i wybierze ofertę z najwyższą liczbą punktów ogółem, spośród ofert niepodlegających odrzuceniu.
8. Punkty za kryterium:
  - a. „cena oferty brutto” - obliczona za pomocą wzoru:

$$PC = \frac{\textit{najniższa zaoferowana cena}}{\textit{cena oferty badanej}} \times 40 \textit{ pkt}$$

- b. „najwyższa skuteczność” - maksymalną liczbę punktów w tym kryterium (15 pkt) otrzyma oferta Wykonawcy, który wskaże najwyższą skuteczność, mierzoną w podanej wartości estymowanej łącznej ilości przejść unikalnych użytkowników na stronę <https://przemyslprzyszlosci.gov.pl/narzedzia-fppp/>

$$NS = \frac{\text{skuteczność z oferty badanej}}{\text{najwyższa skuteczność ze wszystkich ocenianych ofert}} \times 15 \text{ pkt}$$

- c. „dotarcie do grupy”:
- Oferta otrzyma maksymalną liczbę punktów (15 pkt), jeśli Wykonawca przedstawi co najmniej 3 różne kanały komunikacji oraz co najmniej 3 różne rodzaje reklamy dotarcia do grupy docelowej.
  - Oferta otrzyma 7 pkt, jeśli Wykonawca przedstawi tylko 2 różne kanały komunikacji oraz co najmniej 3 różne rodzaje reklamy dotarcia do grupy docelowej.
  - Oferta otrzyma 1 pkt, jeśli Wykonawca przedstawi tylko 1 kanał komunikacji oraz co najmniej 3 różne rodzaje reklam.
- d. „identyfikacja grupy docelowej – opis”:
- Oferta otrzyma maksymalną liczbę punktów (15 pkt), jeśli Wykonawca we właściwy sposób uzasadni dobór grupy celowych, określając profil klienta (zestaw cech firm, takich jak na przykład branża, wielkość obrotu czy zasięg terytorialny oraz dane demograficzne, np. wiek, płeć, wykształcenie, dane geograficzne, np. miejsce zamieszkania czy prac, dane społeczno-ekonomiczne, np. wykształcenie, status zawodowy, Zainteresowania, Dane psychograficzne, np. cele jakie chce osiągnąć, wyzwania, frustracje) oraz określi jakie są ich priorytety, z jakimi problemami w biznesie się mierzą, w jaki sposób szukali rozwiązania, w jaki sposób podjęli decyzję o wyborze danego rozwiązania w kontekście tematu cyfryzacji przedsiębiorstwa.
  - Oferta otrzyma 7 pkt, jeśli określając profil klienta (zestaw cech firm, takich jak na przykład branża, wielkość obrotu czy zasięg terytorialny oraz dane demograficzne, np. wiek, płeć, wykształcenie, dane geograficzne, np. miejsce zamieszkania czy prac, dane społeczno-ekonomiczne, np. wykształcenie, status zawodowy, Zainteresowania, Dane psychograficzne, np. cele jakie chce osiągnąć, wyzwania, frustracje).
  - Oferta otrzyma 0 pkt, jeśli Wykonawca wskaże grupy celowe nie podając uzasadnienia.
9. Ilość punktów przyznanych ofercie w poszczególnych kryteriach zostanie zsumowana przez Zamawiającego, na tej podstawie zostanie obliczona indywidualna ocena oferty. Zamawiający wybierze ofertę z największą liczbą punktów.

$$LP = PC + NS + DDG + IGD$$

LP – łączna liczba punktów

PC – liczba punktów uzyskana w kryterium „proponowana cena”

NS – liczba punktów uzyskana w kryterium „najwyższa skuteczność”

DDG – liczba punktów uzyskana w kryterium „dotarcie do grupy”

IGD – liczba punktów uzyskana w kryterium „identyfikacja grupy docelowej – opis”

## 8. Postanowienia końcowe

- Kompletną ofertę złożoną z:
  - Załącznika nr 1 - Formularz Oferty
  - Załącznika nr 2 – Media plan
  - Załącznika nr 3 – Identyfikacja grupy
  - Załącznika nr 4 – Wykaz osób

2. Ofertę należy przesać e-mailem na adres: [joanna.zebura@fppp.gov.pl](mailto:joanna.zebura@fppp.gov.pl) w terminie do **dnia 2 grudnia 2023 r. do godz. 16:00**. Oferty złożone po upływie tego terminu nie będą rozpatrywane.
3. W wypadku pytań, prosimy o ich przekazanie e-mailem na adres: [joanna.zebura@fppp.gov.pl](mailto:joanna.zebura@fppp.gov.pl)
4. Zamawiający zastrzega sobie możliwość negocjowania warunków oferty oraz unieważnienia postępowania bez podania przyczyn.
5. Niniejsze postępowanie, na podstawie przepisu art. 2 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, jest prowadzone bez zastosowania przepisów tej ustawy.