

A közbeszerzéssel kapcsolatos kiegészítő tájékoztatás

Tisztelt Ajánlattevők!

A Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet, mint Ajánlatkérő által "Az Új Magyarország Fejlesztési Terv (ÚMFT) Társadalmi Megújulás Operatív Program 2.2.1. keretében "A képzés minőségének és tartalmának fejlesztése" című kiemelt projekthez kapcsolódó komplex kommunikációs tevékenység megtervezése és kivitelezése" tárgyában kiírt közösségi nyílt közbeszerzési eljárásban (2009/S 14-020008, 2009. január 22.) a beérkezett kérdésekre az alábbi kiegészítő tájékoztatást adja:

1. Kérdés:

"A képzés minőségének és tartalmának fejlesztése" című projekthez kapcsolódó komplex kommunikációs tevékenység megtervezése és kivitelezésére kiírt pályázati anyaghoz Ajánlattevő feladata-e a pályázati anyaghoz kreatív tervek csatolása?

Válasz:

Nem, az ajánlathoz nem kell kreatív terveket csatolni.

2. Kérdés:

Jól értelmezzük-e, hogy a benyújtandó anyagnak csak a felsorolt dokumentumokat, nyilatkozatokat valamint a kitöltött ártáblázatot kell tartalmaznia, más anyagot (pl. kreatív terveket) nem; az értékelés az árajánlat alapján történik?

Válasz:

Igen, jól értelmezik.

3. Kérdés:

Van-e a dm-hez használható, releváns címlistájuk (intézményi, illetve a program iránt érdeklődő magánszemélyekről)?

Válasz:

A kérdésben jelzett feladat elvégzéséhez az Ajánlattevőnek kell saját címlistával rendelkeznie.

4. Kérdés:

Van-e olyan használható, példa értékű eset (intézményi vagy magánszemély), amit felhasználhatunk a kommunikációban?

Válasz:

Jelen szakaszban az Ajánlattevőnek nem feladata, hogy a kommunikációs tevékenység megtervezésekor konkrét, példaértékű eseteket használjon fel.

5. Kérdés:

Milyen szempontok szerint/Mi mindenre vonatkozó reprezentatív mintában kellene lebontani a kutatást (terület, életkor, szakma, továbbképzés szintje, formája, munkanélküliek vagy továbbképzésre várók aránya, stb.)?

Válasz:

Az Ajánlati dokumentációban szereplő kutatásnak a területi lefedettség vonatkozásában országosnak kell lennie, az életkor vonatkozásában a felnőttkorú lakosság a célcsoport.

6. Kérdés:

A rendezvények vidéki helyszíneit meg tudják-e adni konkrétan? Vagy be tudják-e határolni, pl. megyeszékhely, kisváros, Dunántúl, Nyírség, stb.?

Válasz:

Elsősorban a majdani munka során az Ajánlattevő javaslatai alapján döntünk a helyszínek mellett. Jelen helyzetben Ajánlatkérő elsősorban régiós központokat preferál, de a kampány során adódhat olyan helyzet is, amely más helyszíneket részesít előnyben.

7. Kérdés:

A Roadshow helyszínekről van-e elképzelésük, pl. nyitott vagy zárt tér (parkoló, stadion, stb.), mekkora területen, milyen programokra kell, hogy megfeleljen, stb.?

Válasz:

A helyszínekre vonatkozó konkrét döntés a nyertes Ajánlattevővel kötött szerződést követően a negyedéves tervezési fázisokban történik majd, de az ajánlati dokumentációban megjelölt feladatokhoz kapcsolódóan fontos, hogy a helyszín megtervezése, kiválasztása is elősegítse a minél nagyobb figyelemfelkeltést.

8. Kérdés:

Mivel a megadott célcsoportok jelentősen eltérnek (közvetlen célcsoporton belül is), más-más stílusban lehet őket elérni, megszólítani, érvelni feléjük, ugye van lehetőség több kampány megtervezésére?

Válasz:

Természetesen van lehetőség több célcsoport specifikus kampány megtervezésére is.

9. Kérdés:

Timing szempontjából mik az egyes kommunikációs célokhoz köthető szezonálisok?

Válasz:

Lehet a kampánynak olyan része, ahol értelmezhető a szezonális, például a továbbtanulás előtt álló diákok és szüleik számára indított akciókat célszerű a jelentkezési időszakra tenni. Szezonális tekintetében elsősorban a nyertes ajánlattevőtől várunk majd javaslatokat.

10. Kérdés:

A dokumentációban említett arculati kézikönyv + logó hol érhető el?

Válasz:

<http://www.nfu.hu/doc/924>

11. Kérdés:

A lehetséges médiamix elemei közt szereplő regionális média kapcsán lehet tudni, az ország mely része releváns a kampány szempontjából?

Válasz:

A kommunikációs kampánynak országos lefedettségűnek kell lennie. Nem teszünk különbséget a régiók között.

12. Kérdés:

Az egyik célcsoportként megadott "szakképzést folytató szak- és felnőttképzési intézmények és vezetőik"-kel kapcsolatban létezik információ arról, hogy leginkább mivel motiválhatóak arra, hogy "szakmai hírnökök" legyenek?

Válasz:

Ajánlatkérő azon az állásponton van, hogy erre az ügynökségnek kell választ adnia kommunikációs kampány tervében.

13. Kérdés:

"A médiamix elkészítése az Ajánlattevő feladata, és a nyertes ajánlattevőnek együtt kell működnie Ajánlatkérő médiaügynökségével, és közös munka során kell meghatározni a legmegfelelőbb médiamixet, alkalmazkodva az Ajánlatkérő által jóváhagyott negyedéves kampánytervekhez" ♦ ezzel kapcsolatban kérnénk pontosítást, hogyan kell elképzelni az együttműködés egyes, konkrét lépéseit?

Válasz:

Egy példa: nyertes ajánlattevő egy regionális rendezvény megszervezését javasolja a kampány elemeként. Adott esetben javaslata tartalmazhat regionális médiumokban hirdetéseket az esemény kapcsán, ezeket a javaslatokat az Ajánlatkérő és mediavásárló cég véleményezi, és közösen alakítják ki a végső, megvásárolni kívánt média felületek listáját.

14. Kérdés:

"tájékoztatósi célú nyomdai kiadványok tervezése, kivitelezése, tárolása és terítése" témában szerepel ez a mondat: "Ajánlattevő javaslatot tesz az integrált kommunikációs stratégiához illeszkedő nyomdai kiadványok tervezésére, valamint azok rész költségeire, a kiadványok fajtájára és darabszámára, valamint felhasználására". Alatta pedig pontosan felsorolva szerepelnek a kiadványok paraméterei, amelyre Ajánlatkérő árat vár. Ezekon kívül javasolhatunk kiadvány-formátumokat?

Válasz:

Ajánlatkérő a kampány során csak a megadott kiadványokat kívánja használni. Nincs lehetőség egyéb kiadványok használatára.

15. Kérdés:

rádióspot: a dokumentációban szerepel, hogy összesen 9 db szöveges javaslatot kell tennünk a spotra, valamint 3x4 zenei változatot. Ezt csak a nyertes ajánlattevőnek kell ugye bemutatnia, vagy esetleg már a pályázati anyagban is elvárás?

Válasz:

Pályázati anyagban kizárólag árakat kell benyújtani a megadott paraméterek alapján, az értékelés ez alapján történik. Az ajánlathoz nincs szükség egyéb kommunikációs terv vagy kreatív terv csatolására, a megadott rádióspotokat kizárólag a nyertes ajánlattevőnek kell majd elkészítenie.

16. Kérdés:

A megadott 15+5 mp nem vonható össze egy 20 mp-es spotba?

Válasz:

Ajánlatkérő azért határozta meg ezt a formátumot, mert ezt kívánja használni, nincs lehetőség más spot használatára.

17. Kérdés:

A rádióspotban kötelezően használandó arculati elemek pontosan melyek?

Válasz:

A rádióspotban az alábbi mondatnak kell elhangoznia: "A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával valósul meg."

18. Kérdés:

Rendezvény: a jelenlegi kiírásban megadott feladat-meghatározás eltérő a korábbi, februárban lezárult pályázathoz képest? Tehát a jelen pályázat inkább a PR-megjelenésekhez kapcsolódik tervek szerint, és más ügynökség dolgozhat majd rajta, mint az előző pályázat nyertese?

Válasz:

Igen.

19. Kérdés:

Rendezvény-költségek: a "szervezési díj" az ügynökség jutalékát kell, hogy tartalmazza vagy pedig a teljes bonyolítási költséget?

Válasz:

Azt, hogy itt milyen árat ad meg az ügynökség, saját hatáskörében kell eldöntetnie. Ajánlatkérő javasolja figyelembe venni azt a tényt, hogy az ártáblázatokban megadott árakon kívül más költség elszámolására a kampány során nem lesz lehetőség.

20. Kérdés:

Kötbérekkel kapcsolatban: pontosan mely területekre és eszközökre vonatkoznak a megadott százalékok?

Válasz:

A kampány negyedéves tervek alapján valósul meg. Az ügynökség minden negyedév elején tételekre bontott feladat, költség és ütemtervet készít, amely alapján dolgozni fog. A kötbérek minden esetben az aktuális negyedéves tervben megadott feladatokra vonatkoznak.

Példa: ha egy feladat nem készül el a megadott határidőre az ügynökség hibájából, akkor az adott feladatra vonatkozó költségátétel illetve az adott hónapot érintő ügynökségi díj együttesen képzí a kötbér alapját. (Kötbér összege = (a kötbér által érintett feladat + időszakot érintő ügynökségi díj) x kötbér mértéke)

21. Kérdés:

Aláíró pecsétet elfogadnak-e az oldalankénti szignózáshoz?

Válasz:

Igen

22. Kérdés:

Jól értelmezzük-e, hogy alkalmatlan az Ajánlattevő, ha nem rendelkezik az elmúlt három évben (évente kettő?) összesen tehát hat db 50 MFt értékű referenciával, ami komplex kommunikációs tevékenységre vonatkozik?

Válasz:

Igen. Az ajánlattevőnek rendelkeznie kell évente legalább 2db, összesen tehát legalább 6db referenciával, amelyek értéke egyenként eléri az 50 millió Ft-ot.

23. Kérdés:

A közvélemény kutatás telefonos, vagy személyes lekérdezést jelent?

Válasz:

A kampányt megalapozó közvélemény kutatáshoz mindenképpen személyes lekérdezésnek kell kapcsolódnia, a hatékonyságot vizsgáló kutatás esetén megfelel a telefonos lekérdezés is.

24. Kérdés:

Rendezvények: roadshow - a roadshow-n mit értenek? Kültéri, vagy beltéri rendezvény?

Válasz:

Roadshow alatt Ajánlatkérő olyan összefüggő rendezvénysorozat ért, amely az ország több különböző pontján, de alapvetően azonos üzenettel, azonos arculattal, azonos tartalommal jelenik meg. Elsősorban 1 napos rendezvényről lehet szó, melynek célja a célcsoportok aktivizálása és tájékoztatása a kampány céljainak megfelelően.

Nyertes Ajánlattevőnek a szakmai szempontokat, elsősorban a kampány-hatékonyság szempontját mérlegelve kell olyan rendezvényt javasolnia és megvalósítania, amely Ajánlatkérő által az Ajánlati Dokumentációban meghatározott céloknak megfelelnek. Ajánlatkérő nem szeretné befolyásolni Ajánlattevőt a szakmai hatékonyság meghatározásában, ilyen értelemben megfelelő a kültéri vagy a beltéri rendezvények megszervezése is.

25. Kérdés:

Sportcsarnokban kell-e megrendezni, vagy egy szálloda különterme is megfelel a célra?

Válasz:

Nyertes Ajánlattevőnek a szakmai szempontokat, elsősorban a kampány-hatékonyság szempontját mérlegelve kell olyan rendezvényt javasolnia és megvalósítania, amely Ajánlatkérő által az Ajánlati Dokumentációban meghatározott céloknak megfelelnek. Ajánlatkérő nem szeretné befolyásolni Ajánlattevőt a szakmai hatékonyság meghatározásában, ilyen értelemben megfelelő a sportcsarnok vagy a szálloda különterme is.

26. Kérdés:

Az évi statisztikai állományi létszám kiszámítása során figyelembe vehetőek-e azon személyek is, akikkel munkaerő-kölcsönzés során létesített munkavégzésre irányuló jogviszonyt az Ajánlattevő vagy a közbeszerzés értékének 10%-át meghaladó mértékben igénybe venni kívánt alvállalkozója?

Válasz:

Nem