

➤ **PYTANIE 1 OFERENTA z dnia 25.05.2021.**

Która z wymienionych w briefie grup docelowych jest dla KRD najistotniejsza? Czy są tutaj ustalone jakieś proporcje do komunikacji?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

Każda grupa docelowa wymieniona w briefie jest istotna z punktu realizacji przedmiotowego projektu. Na etapie Zapytania ofertowego nie zostały ustalone proporcje do komunikacji.

➤ **PYTANIE 2 OFERENTA z dnia 25.05.2021.**

Czy KRD dysponuje własnymi, wewnętrznymi analizami i opracowaniami, które mogą być pomocne w kampanii? Czy agencja je otrzyma?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

Analiza bieżącej sytuacji i dostosowanie do niej proponowanej komunikacji jest jednym z kryteriów oceny i jej przeprowadzenie należy do Oferenta.

➤ **PYTANIE 3 OFERENTA z dnia 25.05.2021.**

Zasady współpracy z kancelarią prawną. Jaka jest przewidywana rola agencji w tym obszarze?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

Działania Oferenta w ramach prowadzenia biura prasowego muszą być synergiczne z pracą Kancelarii. Współpraca Oferenta w tym obszarze to m.in.: kwalifikowanie zagadnień do analizy Kancelarii lub ewentualnych postępowań w uzgodnieniu z Zamawiającym, kierowanie do Kancelarii zagadnień do opiniowania (analizy), stały kontakt z Kancelarią i koordynacja prac wykonywanych przez Kancelarię (także w przypadku najbardziej rażących naruszeń wizerunku branży drobiarskiej) itp.

➤ **PYTANIE 4 OFERENTA z dnia 25.05.2021:**

Czy KRD rekomenduje ekspertów do wykorzystania w ramach kampanii? Czy oczekuje wykorzystania wskazanych przez siebie ekspertów?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

Rekomendacja ekspertów do wykorzystania w ramach projektu (zadania) leży po stronie Oferenta. Akceptacja zarekomendowanych przez Oferenta ekspertów leży po stronie Zamawiającego.

➤ **PYTANIE 5 OFERENTA z dnia 25.05.2021:**

Aktualizacja, rozwój i promocja serwisu internetowego – czy chodzi o serwis <https://krd-ig.com.pl/>?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

To działanie dotyczy strony będącej „parasolem” wiedzy na temat drobiu. Mowa tutaj o stronie www.dobrydrob.pl

➤ **PYTANIE 6 OFERENTA z dnia 25.05.2021:**

Materiały informacyjne konieczne do realizacji zadania – czy KRD dysponuje materiałami źródłowymi lub materiałami z poprzednich kampanii i podzieli się nimi z agencją? Czy przewidziane jest tworzenie contentu, czy również zaprojektowanie / odświeżenie identyfikacji wizualnej?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

Materiały informacyjne konieczne do realizacji projektu (zadania) wytworzone zostaną w trakcie jego realizacji, w porozumieniu z Zamawiającym (oraz w razie potrzeby z podmiotem prawnym). Działanie to obejmuje tworzenie contentu, identyfikację wizualną oraz produkcję.

➤ **PYTANIE 7 OFERENTA z dnia 25.05.2021:**

Prowadzenie biura prasowego obejmuje identyfikację i reagowanie na kryzysy w mediach w trybie 24/7. Jaki jest oczekiwany czas reakcji w tym przypadku?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

Oczekiwany czas reakcji w ciągu dnia (8:00-17:00) – natychmiast po podjęciu informacji, nie później niż do 3 godzin. W godzinach wieczorno-nocnych natychmiast po podjęciu informacji, nie później niż do 8:30 rano następnego dnia.

➤ **PYTANIE 8 OFERENTA z dnia 25.05.2021:**

Czy KR-D dysponuje plikiem excel ze wzorem kosztorysu projektu?
(nie ma go w załącznikach)

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

Tak. KR-D-IG dysponuje plikiem Excel z maksymalnym kosztorysem projektu (zadania). Znajdziecie go Państwo w załączeniu.

➤ **PYTANIE 9 OFERENTA z dnia 25.05.2021:**

Pytanie odnośnie punktu pierwszego z budżetu projektu. Jaki obszar wchodzi w skład Kampanii informacyjno-promocyjnej? Czy budżet obejmuje organiczną działalność w mediach społecznościowych i aktywację influencerów?

ODPOWIEDŹ z ZAMAWIAJĄCEGO dnia 26.05.2021:

Odpowiedź na to pytanie znajduje się na stronie 3. Zapytania ofertowego (pozycja: ZAŁOŻENIA PROJEKTU, pkt. 1. Ogólnopolska kampania informacyjno – promocyjna dotycząca jakości oraz bezpieczeństwa polskiego mięsa drobiowego w Internecie skierowana do konsumentów oraz liderów opinii). Jest tam zapis: „Ważnym aspektem kampanii informacyjno – promocyjnej będą także działania edukacyjne oraz współpraca z influencerami i ekspertami w ich kanałach w mediach społecznościowych.”

➤ **PYTANIE 10 OFERENTA z dnia 25.05.2021:**

Pytanie odnośnie punktu pierwszego z budżetu projektu. Czy kwota 48000 PLN stanowi całość budżetu mediowego w tym fee agencji na działania całoroczne?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

W ramach Zapytania ofertowego (str. 6.) Zamawiający przedstawił maksymalny budżet projektu, który obejmuje wskazane w Zapytaniu pozycje kosztowe przypisane do poszczególnych działań. Zamawiający, w pozycji BUDŻET PROJEKTU wskazał również, że w maksymalny budżet projektu (zadania) włącza się Wynagrodzenie Wykonawcy.

Łączna kwota budżetu w wysokości 48 000,00 PLN, wskazana w Zapytaniu ofertowym, przewidziana na działanie „Kampania na portalu społecznościowym Twitter, skierowana do grup docelowych, w tym ekspertów branży drobiarskiej i decydentów” stanowi całość budżetu w ramach tego działania.

Zamawiający w ramach wskazanego maksymalnego budżetu projektu zastrzegł także, że: „KR-D-IG zastrzega sobie na etapie podpisania umowy możliwość odchylenia o nie więcej niż 10% pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów objętych zmianą, przy założeniu, że całkowita kwota realizacji projektu (zadania) nie przekroczy łącznego budżetu 577 232,00 PLN brutto.”

➤ **PYTANIE 11 OFERENTA z dnia 25.05.2021:**

Pytanie odnośnie punktu szóstego z budżetu projektu. Czy kwota 44000 PLN zawiera również budżet na pozycjonowanie strony WWW?

ODPOWIEDŹ ZAMAWIAJĄCEGO z dnia 26.05.2021:

Tak. Łączna kwota budżetu w wysokości 44 000,00 PLN, wskazana w Zapytaniu ofertowym, przewidziana na działanie „6.1. Aktualizacja, rozwój i promocja (w tym pozycjonowanie) serwisu internetowego”, jak wynika z samej treści tego działania, obejmuje pozycjonowanie, wspomnianej w odpowiedzi na pytanie 5., strony www.dobrydrob.pl

