

Wyjaśnienia treści Specyfikacji Warunków Zamówienia

Dotyczy: Realizacja usługi zagranicznej kampanii reklamowej w Internecie przy wykorzystaniu dostępnych narzędzi promocyjnych oraz mediów społecznościowych

Działając w oparciu o art. 284 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych Zamawiający udziela wyjaśnień treści Specyfikacji Warunków Zamówienia:

Pytanie 1:

Zamawiający oczekuje realizacji usługi zagranicznej kampanii reklamowej w Internecie, jednocześnie zastrzegając, że kampania reklamowa ma być prowadzona w:

- w najczęściej odwiedzanej wyszukiwarce internetowej w Polsce;
- w najpopularniejszym serwisie społecznościowym w Polsce;
- w najpopularniejszym serwisie wideo w Polsce;
- w najpopularniejszym serwisie społecznościowym w Polsce do publikacji zdjęć i krótkich materiałów wideo;

- w najpopularniejszej w Polsce aplikacji do publikacji maksymalnie 10-minutowych materiałów wideo.

W związku z powyższym, mając na uwadze, że jednym z celów jest zwiększenie rozpoznawalności marki Uniwersytetu Medycznego w Łodzi na arenie międzynarodowej, chcemy się upewnić, czy Zamawiający na pewno chce, aby kampania zagraniczna była realizowana w kanałach, które są najpopularniejsze w Polsce, a nie w kraju realizacji kampanii? Jeżeli zamawiającemu zależy na konkretnych kanałach, np. Google, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, to dlaczego nie zostały wskazane wprost w zapytaniu ofertowym?

Odpowiedź:

Reklama w wymienionych w Załączniku nr 2 do SWZ – Opis przedmiotu zamówienia kanałach jest wysoce skuteczna nie tylko w Polsce, ale również na docelowych rynkach międzynarodowych.

Należy również zwrócić uwagę na pkt. 6 w części A Opisu przedmiotu zamówienia: Zamawiający dopuszcza opcję rezygnacji z niektórych działań marketingowych w miejsce wprowadzenie innych zaproponowanych przez Wykonawcę.

Ponadto Zamawiający informuje, zgodnie z art. 99 ust. 1 ustawy Pzp przedmiot zamówienia opisuje się w sposób jednoznaczny i wyczerpujący, za pomocą dostatecznie dokładnych i zrozumiałych określeń, uwzględniając wymagania i okoliczności mogące mieć wpływ na sporządzenie oferty. Zamawiający dokonując opisu przedmiotu zamówienia zobowiązany jest stosować wymagania określone w ustawie Prawo zamówień publicznych i nie może opisać przedmiotu zamówienia w taki sposób, aby doprowadzić do uprzywilejowania lub wyeliminowania niektórych Wykonawców lub produktów.

Pytanie 2:

Czy Zamawiający w celu realizacji zlecenia udostępni Wykonawcy swoje konta reklamowe w platformach Google Ads, Menedżer reklam Meta, Menedżer reklam TikTok?

Odpowiedź:

Tak, Zamawiający udostępni Wykonawcy konta, którymi dysponuje tj. Google Ads, Menadżer reklam Meta. Planowane jest również uruchomienie konta na TikTok. W tym momencie nie posiadamy swojego konta reklamowego na TikTok, natomiast reklamy w przeszłości były emitowane na tym kanale.

Pytanie 3:

W związku z oczekiwanym pięcioprocentowym wzrostem liczby osób z grupy docelowej, które wypełnią cały formularz rejestracyjny zamieszczony na stronie (www.studymed.umed.pl) odpowiednio na każdy z oferowanych przez Uniwersytet Medyczny w Łodzi programów studiów, prosimy o wskazanie liczby osób z ostatniego procesu, która wypełniła wskazany formularz. Wartość ta jest konieczna do prawidłowej wyceny pracochłonności zlecenia. Wynika to z faktu, że inna ilość czasu jest potrzebna do dostarczenia dodatkowych 100 leadów, a inna do dostarczenia dodatkowego 1000 leadów. Tymczasem zapytanie ofertowe w obecnym kształcie nie pozwala ocenić wielkości wspomnianych 5 %.

Odpowiedź:

Informujemy, że w ostatnim procesie rekrutacyjnym została wypełniona następująca liczba formularzy:

Kierunek lekarski w jęz. angielskim (6MD) – 766

Kierunek lekarsko-dentystyczny w jęz. angielskim (5DMD) – 155

Kurs Przygotowawczy (Preparatory Course) - 151

Pytanie 4:

W związku z oczekiwanym pięcioprocentowym wzrostem ruchu na stronie <http://studymed.umed.pl>, prosimy o doprecyzowanie, czy pisząc "ruch" mają Państwo na myśli Unikalnych Użytkowników czy odsłony. Dodatkowo prosimy o podanie wyniku owego "ruchu" w roku ubiegłym, aby móc prawidłowo oszacować pracochłonność konieczną, aby dostarczyć wynik lepszy o 5 proc.

Odpowiedź:

Chodzi o unikalnych użytkowników.

Informujemy, że w roku ubiegłym liczba ta na stronie <https://studymed.umed.pl> wyniosła: 216 691 – zgodnie z danymi dotyczącymi ruchu na stronie podanymi w Załączniku nr 8 do SWZ.

Pytanie 5:

W zapytaniu ofertowym wskazano chęć kierowania ruchu na adres www.studymed.umed.pl. Pragniemy zwrócić uwagę Zamawiającego na to, że w przypadku tej strony nie został poprawnie skonfigurowany protokół www, przez co wskazany adres nie działa. Jedynym poprawnym w tej chwili adresem jest <https://studymed.umed.pl>

Odpowiedź:

Tak, chodzi o adres: <https://studymed.umed.pl>. Zamawiający dokonuje modyfikacji Załącznika nr 2 do SWZ Opis przedmiotu zamówienia i SWZ oraz zamieszcza na stronie postępowania.

Z-ca Dyrektora

Biura Obsługi i Realizacji Zamówień Publicznych