

**URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
15-888 BIAŁYSTOK
ul. Kardynała Stefana Wyszyńskiego 1**

Białystok, 19 kwietnia 2023 r.

BZP.272.9.2023

**Wykonawcy
(uczestnicy postępowania)**

Zamawiający informuje, iż w postępowaniu przetargowym nr **BZP.272.9.2023** pn.: „Przygotowanie, przeprowadzenie oraz monitorowanie kampanii promocyjnej, której celem jest popularyzacja potencjału gospodarczego i inwestycyjnego województwa podlaskiego na rynku polskim” wpłynęły pytania o następującej treści:

Pytanie nr 1:

Dokument OPZ, punkt 1. 1) a) "wygenerowanie co najmniej 100 000 wizyt realnych użytkowników na stronie investinpodlaskie.pl, przy wskaźniku odrzuceń nieprzekraczającym 60%" Wskaźnik odrzuceń na poziomie 60% to wartość całkowicie nierealistyczna.

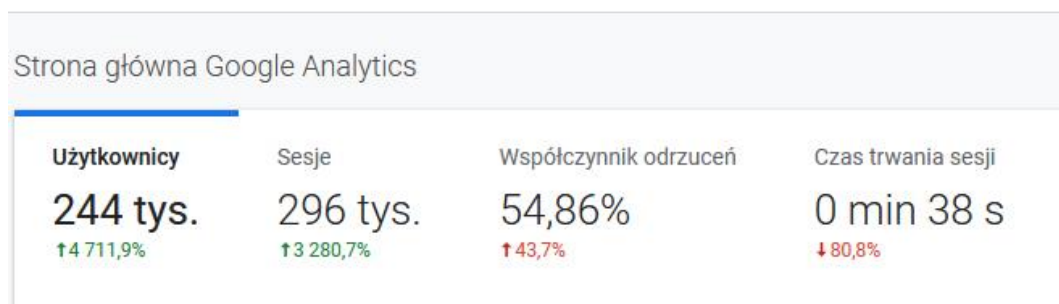
Proszę o odpowiedź na następujące pytanie?

[1] Skąd wynika ustalenie przez Zamawiającego żadanego współczynnika odrzuceń na poziomie 60%? Na potwierdzenie, że taki poziom jest zasadny proszę udostępnić raport z Google Analytics dla przedmiotowej witryny. Może to być przykładowo raport za ostatnie 12 miesięcy dla analogicznych źródeł ruchu jak te wymagane w przedmiotowym zapytaniu.

Odpowiedź:

Wartość współczynnika odrzuceń wynika z dotychczasowych analiz ruchu obserwowanego na stronie investinpodlaskie.pl. Średnia wartość współczynnika odrzuceń dla strony investinpodlaskie.pl w okresie minionych 12 miesięcy (17 kwietnia 2022 r. – 17 kwietnia 2023 r.) wynosi 54,86%. Powyższa wartość została zmierzona w oparciu o metodologię stosowaną przez Universal Analytics.

Rysunek 1 Wartość współczynnika odrzuceń na stronie investinpodlaskie.pl w okresie 17 kwietnia 2022 r. – 17 kwietnia 2023 r. mierzona według Universal Analytics

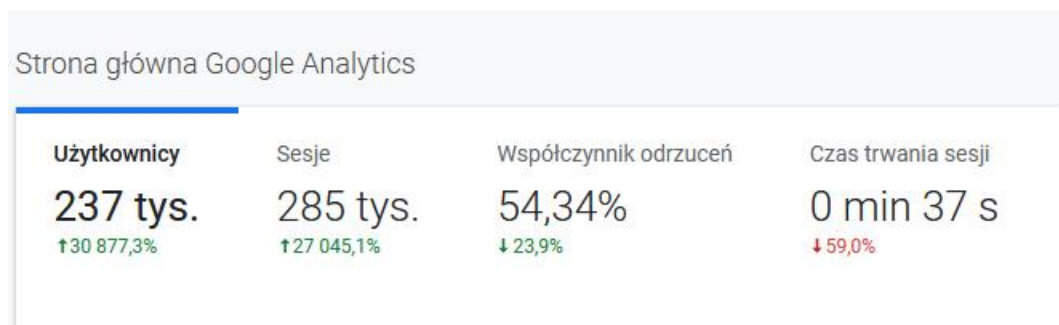


Dodatkowo Zamawiający dysponuje statystykami z ostatnich 90 dni dla strony investinpodlaskie.pl, które umożliwiają porównanie wartości wskaźnika odrzuceń mierzonych w ramach Universal Analytics oraz Google Analytics 4. W obydwu przypadkach przedmiotowa wartość jest mniejsza niż 60% i wynosi odpowiednio: Universal Analytics: 54,34%, Google Analytics 4: 37,49%.

Rysunek 2 Wartość współczynnika odrzuceń na stronie investinpodlaskie.pl w okresie 18 stycznia – 17 kwietnia 2023 r. mierzona według Google Analytics 4

Tytuł strony i klasa ekranu ▾ +		↓ Wyświetlenia	Użytkownicy	Współczynnik odrzuceń
		400 112 100% całości	234 010 100% całości	37,49% Śr. 0%
1	Invest in Podlaskie	318 819	231 287	37,32%

Rysunek 3 Wartość współczynnika odrzuceń na stronie investinpodlaskie.pl w okresie 18 stycznia – 17 kwietnia 2023 r. mierzona według Universal Analytics



Powyższe statystyki w ocenie Zamawiającego uzasadniają wymóg zachowania wartości wskaźnika odrzuceń na poziomie nieprzekraczającym 60%.

Pytanie nr 2:

Obecnie posiadają Państwo instalację Google Analytics w wersji Universal. Wkrótce wersja ta ustąpi wersji Google Analytics 4. Google Analytics w wersji Universal przestanie działać.

Proszę o odpowiedź na następujące pytanie?

[2] Czy mają Państwo świadomość, że aby kontynuować gromadzić dane przez Google Analytics będzie należało zainstalować nową wersję Google Analytics?

Odpowiedź:

Zamawiający ma świadomość, że – zgodnie z zapowiedzią Google LLC – od 1 lipca 2023 r. usługa Universal Analytics przestanie przetwarzać dane, a zachowanie ciągłości pomiarów witryny będzie możliwe po utworzeniu nowej usługi w ramach Google Analytics 4.

Pytanie nr 3:

W aktualnej wersji Google Analytics (Universal) 'współczynnik odrzuceń' definiowany jest w sposób następujący:

"Współczynnik odrzuceń to liczba sesji ograniczonych do jednej strony podzielona przez liczbę wszystkich sesji, czyli odsetek wszystkich sesji w witrynie, podczas których użytkownicy wyświetlali tylko jedną stronę, uruchamiając zaledwie pojedyncze żądanie do serwera Analytics. (źródło: <https://support.google.com/analytics/answer/1009409?hl=pl>).

Tymczasem w nowej wersji Google Analytics (wersja 4) 'współczynnik odrzuceń' definiowany jest w sposób zupełnie inny: "Współczynnik zaangażowania to odsetek sesji z zaangażowaniem. Współczynnik odrzuceń to odsetek sesji bez zaangażowania. Współczynnik odrzuceń to odwrotność współczynnika zaangażowania." Natomiast "Sesja z zaangażowaniem to sesja trwająca dłużej niż 10 sekund, podczas której zarejestrowano zdarzenie konwersji albo co najmniej 2 odsłony lub 2 wyświetlenia ekranu."

(źródło: <https://support.google.com/analytics/answer/12195621?hl=pl>)

Proszę o odpowiedź na następujące pytanie?

[3] Jak Zamawiający zamierza zliczać współczynnik odrzuceń przy realizacji przedmiotowego zamówienia, jeśli wiadomo, że w czasie jego realizacji wymagane będzie przejście z Google Analytics Universal na Google Analytics 4, a – jak wskazano wyżej - definicje współczynnika odrzuceń dla obu wersji systemu analitycznego Google Analytics są różne?

Odpowiedź:

Usługa Google Analytics 4 umożliwia obliczanie współczynnika odrzuceń. W związku z wyłączeniem 1 lipca 2023 r. usługi Universal Analytics oraz mając na względzie fakt, iż

kampania promocyjna realizowana będzie także po 1 lipca br., do określenia wartości przedmiotowego współczynnika należy wykorzystać usługę Google Analytics 4.

Pytanie nr 4:

W formularzu ofertowym oraz w dokumencie SWZ (XVIII pkt 1, ppkt 6) Zamawiający określa, że łączna liczba wyświetleń filmu oraz spotów nie może być mniejsza niż 500 000 wyświetleń. Jednocześnie zgodnie z zapisem w załączniku nr 1 do SWZ Opis przedmiotu zamówienia (III, pkt 3, ppkt 2) "W rezultacie realizacji umowy Wykonawca ZOBOWIĄZANY JEST osiągnąć poniższe wskaźniki szczegółowe realizacji kampanii", gdzie podane są wartości ilości wyświetleń dla YouTube 10 500 000, Facebook 5 000 000, Twitter 10 000 000, LinkedIn 300 000.

W przypadku wskazania wartości wskaźnika zgodnie z SWZ: XVIII pkt 1, ppkt 6, np 600 000 wyświetleń, będzie stanowiło to niezrealizowanie umowy zgodnie z zapisem z załącznika nr 1 do SWZ. Proszę o wskazanie, które z powyższych wartości są obligatoryjne do osiągnięcia, gdyż niewskazanie ich może prowadzić do otrzymania przez Zamawiającego skrajnie różnych wartości cenowych, których nie będzie można porównać dzięki podanym kryteriom oceny.

Odpowiedź:

Wykonawca zobowiązany jest osiągnąć wartości wskaźników szczegółowych realizacji kampanii, określone w rozdz. III, pkt 3, ppkt 2 Opisu przedmiotu zamówienia. W tym, deklarowana przez Wykonawcę łączna liczba wyświetleń filmu oraz spotów reklamowych Zamawiającego w ramach kampanii, nie może być mniejsza niż 500 tys., zgodnie z treścią rozdz. XVIII, pkt 2, ppkt 6 SWZ.

Wartość 500 tys. wyświetleń, o której mowa w rozdz. XVIII, pkt 2, ppkt 6 SWZ, zawiera się w wartości wskaźników określonych w Opisie przedmiotu zamówienia (rozdz. III, pkt 3, ppkt 2).

Zamawiający informuje, iż w przypadku rozbieżności pomiędzy treścią SWZ a treścią udzielonych wyjaśnień lub zmian SWZ, jako obowiązującą należy przyjąć treść pisma zawierającego późniejsze oświadczenie Zamawiającego.

z up. MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA
Marian Malinowski
Dyrektor Biura Zamówień Publicznych
/podpisano elektronicznie/