

## KRYTERIA OCENY OFERT

## I. Proponowane kryteria:

1. Cena – 40%
2. Wskaźniki – 20%
3. Atrakcyjność przykładowych materiałów – 20%
4. Wizja realizacji zadania, w tym zarządzania reklamami – 20%

## 1. KRYTERIUM: "Cena" – 40 %:

$$C = \frac{\text{najniższa cena brutto oferty}}{\text{cena brutto oferty ocenianej}} \times 100 \times 40\%$$

## 2. KRYTERIUM: "wskaźniki" - zgodnie z poniższą tabelą – max liczba punktów 23 - waga 20 %:

Lp.	Elementy zamówienia	Punktacja	
		Zasięg	Punkty
1)	Zasięg - łączna liczba wszystkich wyświetleń postów na Facebooku Baltic Dreams i Szlak Gryfitów w trakcie trwania realizacji zamówienia	70 000 i więcej	5
		od 60 000 do 69 999	3
		od 50 000 do 59 999	2
		od 40 001 do 49 999	1
		do 40 000	0
2)	łączne zaangażowanie użytkowników serwisu Facebook pod opublikowanymi postami, do końca realizacji zamówienia dla postów na profilach Baltic Dreams i Szlak Gryfitów.	Zaangażowanie	Punkty
		5 000 i więcej	5
		od 4 000 do 3 999	3
		od 3 000 do 2 999	2
		od 2 001 do 2 999	1
3)	Zasięg - łączna liczba wszystkich wyświetleń reklam akcji promocyjnej z wykorzystaniem Facebook Ads w trakcie trwania realizacji zamówienia.	Zasięg reklam FB Ads	Punkty
		250 000 i więcej	5
		od 200 000 do 249 999	3
		od 150 000 do 199 999	2
		od 100 001 do 149 999	1
4)	łączny wzrost liczby fanów w serwisach społecznościowych Facebook dla profili Baltic Dreams i Szlak Gryfitów.	Wzrost liczby fanów na FB	Punkty
		500 i więcej	4
		od 400 do 499	3
		od 300 do 399	2
		od 200 do 299	1
5)	Wzrost liczby użytkowników serwisu społecznościowego Instagram dla każdego profilu – Baltic Dreams i Szlak Gryfitów	Wzrost liczby obserwujących na Instagramie	Punkty
		500 i więcej	4
		od 400 do 499	3
		od 300 do 399	2
		od 200 do 299	1
		do 199	0

### 3. KRYTERIUM: Atrakcyjność przykładowych materiałów - 20%:

Wykonawca na potrzeby oceny ofert, zobowiązany jest do opracowania i dostarczenia wraz z ofertą:

- a. dwóch postów na Facebooka Baltic Dreams
- b. Jednego posta na Facebooka Szlaku Gryfitów
- c. Jedną relację na Facebooka Stories
- d. Jeden post na Instagram Baltic Dreams
- e. Jeden post na Instagram Szlak Gryfitów

	Posty – przeznaczenie	Tematyka
a.	Dwa posty na FB Baltic Dreams w j. polskim, angielskim i niemieckim	1) Ukazujący atrakcyjność Szlaku Gryfitów w kontekście międzynarodowym 2) Ukazujący atrakcyjność Pomorza Zachodniego w odniesieniu do jednej z pozostałych tras tematycznych w ramach BHR
b.	Jeden post na FB Szlak Gryfitów	3) Prezentujący zrealizowane/realizowane działania
c.	Jedna relacja Facebook Stories	4) Spójna z tematyką Szlaku Gryfitów
d.	Jeden post na Instagram Baltic Dreams	5) Ukazujący atrakcyjność Pomorza Zachodniego w odniesieniu do jednej z tras tematycznych w ramach BHR
e.	Jeden post na Instagram Szlak Gryfitów	6) Ukazujący atrakcyjność Szlaku Gryfitów w kontekście międzynarodowym

2) Zamawiający zastrzega, że:

- a) Przykładowe materiały opracowane przez Wykonawcę na podstawie poniższych wymagań w ramach niniejszego kryterium oceny ofert, nie muszą być wykorzystane przy faktycznej realizacji akcji promocyjnej i stanowią jedynie jedną z podstaw do oceny potencjału realizacji niniejszego zamówienia przez Wykonawcę.
- b) Przedmiotowe materiały muszą zostać opracowane w pełnej zgodności z wymaganiami realizacyjnymi określonymi w Opisie przedmiotu zamówienia. **Materiały opracowane niezgodnie z Opisem przedmiotu zamówienia spowodują odrzucenie oferty.**
- c) Opracowane materiały muszą zostać dostarczone w formie elektronicznej w formacie PDF w pełnym kolorze oraz w jakości umożliwiającej Zamawiającemu rzetelną ocenę tych materiałów.

#### Kryteria przyznawania punktacji „Atrakcyjność przykładowych materiałów”

ocena postów i relacji odrębnie dla każdego posta	Punktacja
<ul style="list-style-type: none"><li>• grup docelowych (Rozdział IV opz)</li><li>• celów i efektów akcji promocyjnej (Rozdział V p.1 opz)</li><li>• wymagań względem treści, (Rozdział V p.2 ppkt 1 opz, Rozdział VIII p. 1 )</li></ul>	0-1 pkt nie spełniają wymagań i oczekiwań zamawiającego
	2-3 pkt spełniają w średnim stopniu wymagania i oczekiwania zamawiającego
	4-5 pkt spełniają w wysokim stopniu wymagania i oczekiwania zamawiającego

Możliwa do uzyskania punktacja 6 postów x max 5 pkt = 30 punktów – waga 20%

**UWAGA:** Za kryterium „Atrakcyjność przykładowych materiałów” oferta musi uzyskać minimum 50% punktów możliwych do otrzymania w tym kryterium. Jeśli oferta uzyska mniej niż 50 % możliwych do otrzymania punktów, zostanie odrzucona jako niespełniająca wymagań Zamawiającego.

**4. Wizja realizacji zadania, w tym zarządzania reklamami – 20%**

Wykonawca na potrzeby oceny ofert, zobowiązany jest do:

- 1) przedstawienia wizji realizacji przedmiotowego zadania, poprowadzenia akcji promocyjnej Szlaku Gryfitów w mediach społecznościowych Baltic Dreams i Szlak Gryfitów z wstępnym planem redakcyjnym. W przypadku przyjęcia oferty do realizacji będą one punktem wyjścia do uzgodnienia wspólnie z Zamawiającym finalnego planu redakcyjnego,
- 2) opracowania i dostarczenia wraz z ofertą wybranych opcji zarządzania reklamami tworzonymi za pomocą Facebook Ads, dla dwóch postów :

a)	dla dowolnego jednego posta na FB Baltic Dreams – zasięg międzynarodowy	a) wskazanie formatu materiału reklamowego (np. grafika, zdjęcie, materiał filmowy itp.),
b)	dla posta na FB Szlak Gryfitów	b) adekwatny do treści posta cel marketingowy
		c) grupę odbiorców reklamy,
		d) geotargetowanie,
		e) szczegółowe opcje targetowania, w tym minimum zainteresowania,
		f) budżet i harmonogram każdej reklamy,
		g) optymalizację pod kątem wyświetleń reklam,
		h) umiejscowienie reklam w kanałach promocji.
Na potrzeby spełnienia niniejszego wymogu Zamawiający rekomenduje dostarczenie Print Screenów z menadżera reklam		

**Kryteria oceny - Wizja realizacji zadania, w tym zarządzania reklamami**

<b>1. Wizja realizacji zadania, z wstępnym planem redakcyjnym</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logika i spójność</li> <li>• Celowość i zasadność</li> </ul>	<p>0-2 pkt brak pomysłu na poprowadzenie spójnej akcji promocyjnej</p> <p>3-4 pkt wizja oferenta poprowadzenie akcji promocyjnej jest spójna i logiczna, zgodna z oczekiwaniami zamawiającego</p>
<b>2. przykładu targetowania reklamy z wykorzystaniem Facebook Ads.</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• adekwatność celu marketingowego do posta</li> <li>• przedziału wiekowego grupy odbiorców,</li> <li>• geotargetowania,</li> <li>• szczegółowych opcji targetowania, w tym m.in. pod kątem zainteresowań,</li> <li>• budżetu i harmonogramu reklam,</li> <li>• optymalizacji pod kątem wyświetleń reklam,</li> <li>• umiejscowienia reklam w kanałach promocji</li> </ul>	<p>0-1 pkt nie spełniają wymagań i oczekiwań zamawiającego</p> <p>2-3 pkt spełniają w średnim stopniu wymagania i oczekiwania zamawiającego</p> <p>4-5 pkt spełniają w wysokim stopniu wymagania i oczekiwania zamawiającego</p>

Możliwa do uzyskania punktacja - 14 punktów – waga 20%