

Szczecin, dnia 13 sierpnia 2019 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE

W związku z zamiarem organizacji jednodniowych warsztatów dla przedstawicieli szkół wyższych województwa zachodniopomorskiego odpowiedzialnych za marketing i promocję oraz dla pracowników centrów transferu technologii zachodniopomorskich szkół wyższych, zwracamy się z prośbą o przedstawienie oferty cenowej na przeprowadzenie warsztatów pt. **„Komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych”**.

I. ZAMAWIAJĄCY

Województwo Zachodniopomorskie, ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, NIP 851-287-14-98.

II. OPIS PRZEDMIOTU PLANOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA

Social media (media społecznościowe) stały się ważnym kanałem komunikacji marketingowej z rynkiem i odbiorcami. Dynamiczny rozwój i wzrost znaczenia portali społecznościowych oraz rosnąca popularność aplikacji mobilnych wśród młodych osób spowodował, że nie mogą być one ignorowane przez szeroko rozumiany rynek. Są one dzisiaj nieodłącznym elementem marketingu internetowego, a dla niektórych podmiotów stanowią nawet główną część ich działań marketingowych.

Przedmiotem zapytania ofertowego jest przeprowadzenie jednodniowych warsztatów dla grupy przedstawicieli szkół wyższych województwa zachodniopomorskiego odpowiadających za promocję oraz pracowników Urzędu Marszałkowskiego zaangażowanych w realizację RPO WZ 2014-2020 i RIS3 WZ (w sumie maksymalnie 25 osób). Warsztaty będą formą wsparcia uczelni w budowaniu wizerunku w przestrzeni internetowej, precyzyjnego dotarcia do grupy docelowej czyli większej ilości potencjalnych studentów oraz uczniów szkół średnich stojących przed wyborem szkoły wyższej oraz kierunków studiów. Warsztaty mają również pomóc uczelniom w budowaniu własnej zaangażowanej społeczności w social mediach, interakcji z użytkownikami w czasie rzeczywistym oraz przedstawienie mediów społecznościowych jako nowoczesnych narzędzi reklamowych. Zakłada się, że uczestnicy będą mogli wykorzystać nabytą wiedzę i kwalifikacje pod kątem budowania większej rozpoznawalności oraz rozwoju swoich uczelni, które reprezentują. Celem szkolenia jest także nauka profesjonalnego korzystania z możliwości jakie oferują media społecznościowe. Warsztaty będą miały charakter praktyczny i będą zawierały m.in. takie elementy jak case-study, ćwiczenia w grupach, dyskusja, prezentacje doświadczeń praktycznych trenera.

Główne cele przedsięwzięcia

- zdobycie wiedzy i umiejętności na temat prowadzenia działań promocyjnych w mediach społecznościowych,
- rozwój umiejętności w zakresie zwiększenia rozpoznawalności swojej marki przy wykorzystaniu aplikacji mobilnych popularnych wśród młodzieży i potencjalnych studentów,
- zdobycie wiedzy na temat jak dbać o reputację swojej instytucji i jej usług w social media,

- pozyskanie wiedzy na temat mobilnych aplikacji (Snapchat, Twitter, Periscope, oraz Tik Tok) z jakich można korzystać aby podnieść atrakcyjność marki uczelni,
- uzyskanie wiedzy na temat tworzenia skutecznych strategii kampanii reklamowych w social media.
- zdobycie wiedzy na temat monitoringu efektów i pomiar skuteczności podejmowanych działań promocyjnych w social media.
- rozwój umiejętności w zakresie wykorzystywania poszczególnych narzędzi (np. Facebook, Twitter, LinkedIn) do efektywnej promocji,
- dostarczenie niezbędnej wiedzy dotyczącej tworzenia i redagowania ciekawych treści mających na celu budowanie zaangażowania odbiorców.

Forma

Warsztaty powinny angażować uczestników, bazując na ich realnych potrzebach i odnosząc się do codziennych wyzwań. Nieodzownym elementem warsztatów powinny być liczne przykłady, studia przypadków mające na celu sprowokowanie uczestników do dyskusji, wzajemnej wymiany poglądów i doświadczeń. Na zakończenie uczestnicy powinni wyjść z zestawem konkretnych umiejętności niezbędnych w procesie tworzenia komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych.

Zakres tematyczny warsztatów

- prezentacja marketingowych narzędzi jakie oferują najpopularniejsze social media,
- ukazanie dobrych i złych praktyk komunikacji marketingowej w social media,
- planowanie i realizacja kampanii reklamowych w social media,
- tworzenie ciekawych i angażujących treści (elementy copywrittingu),
- monitoring i analiza aktywności użytkowników,
- budowanie relacji przy użyciu social media,
- skuteczna komunikacja z odbiorcami,
- przedstawienie statystyk.

Dzięki udziałowi w warsztatach uczestnicy szkolenia będą świadomi kluczowego znaczenia marketingu inicjowanego przez Konsumenta (Inbound Marketingu, Pull Marketingu), będą znać narzędzia tego marketingu i umiejętnie się nimi posługiwać. W szczególności uczestnicy poznają i będą sprawnie wykorzystywać w codziennych działaniach marketingowych media społecznościowe, w szczególności aplikacje mobile popularne wśród młodych osób.

Termin i czas trwania

Zamawiający planuje zrealizować szkolenie (1 dzień) w okresie: od 21 do 25 października 2019 r. w godzinach: 8:00 do 15:00.

W czasie szkolenia przewidziana jest jedna przerwa 30-minutowa na lunch i dwie 15-minutowe przerwy kawowe.

Miejsce

Miejscem gdzie odbędą się warsztaty jest miasto Szczecin. Informacja o dokładnym miejscu realizacji warsztatów zostanie przekazana Wykonawcy na co najmniej 3 dni robocze przed terminem ich przeprowadzenia.

Zaplecze techniczne

Wykonawca zapewnia:

- minimum jednego trenera, który będzie uczestniczył w realizacji zamówienia,
- prezentację multimedialną,
- materiały szkoleniowe, opatrzone odpowiednimi logotypami (wzór logotypów zostanie dostarczony przez Zamawiającego),
- certyfikaty dla uczestników szkolenia,
- raport końcowy po przeprowadzonym szkoleniu.

Materiały szkoleniowe zostaną przekazane Zamawiającemu do akceptacji nie później niż 3 dni robocze przed organizacją szkolenia. Materiały powinny być przekazane do akceptacji w wersji ostatecznej. Sala oraz wyposażenie techniczne zostaną zapewnione przez Zamawiającego.

Warunki dotyczące kadry dydaktycznej

Wykonawca zapewni minimum jednego trenera, który będzie uczestniczył w realizacji warsztatów, posiadającego wiedzę oraz doświadczenie w prowadzeniu szkoleń odpowiadających tematyce będącej przedmiotem planowanego przedsięwzięcia.

III. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

- 1) Wykonawca zainteresowany złożeniem oferty powinien przygotować i złożyć u Zamawiającego ofertę (na formularzu ofertowym stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszego zapytania) zawierającą następujące informacje:
 - a) nazwa i adres Wykonawcy,
 - b) cenę netto (netto=brutto przy 0% VAT zgodnie z art. 43 punkt 29 lit. c ustawy o VAT) za realizację przedmiotu zamówienia,
 - c) listę szkoleń zrealizowanych przez wskazanego w ofercie trenera/trenerów odpowiadających tematyce będącej przedmiotem planowanego przedsięwzięcia. Lista szkoleń powinna zawierać informacje na temat daty ich przeprowadzenia, tematyki oraz organizatora/podmiotu zlecającego,
 - d) charakterystykę trenera/-ów prowadzącego/-cych warsztaty wraz z CV i wskazaniem ich kwalifikacji, w tym posiadanych certyfikatów oraz doświadczenia w prowadzeniu szkoleń, wystąpię na konferencjach poświęconych tej tematyce, rekomendacji, zaangażowaniem w przygotowanie publikacji, artykułów związanych z tematem. Możliwe jest dołączenie „próbki” przeprowadzonych wcześniej warsztatów, np. w formie pliku multimedialnego (dołączenie pliku mp4 lub podobnego lub hiperłącza do materiałów np. na YouTube lub innej stronie internetowej),
 - e) proponowany szczegółowy program warsztatów z ich opisem, uwzględniający cele warsztatów wskazane w niniejszym zapytaniu,
 - f) proponowany termin warsztatów,

- g) termin ważności oferty,
 - h) osoba upoważniona do kontaktu z Zamawiającym w sprawie oferty: imię i nazwisko, tel., e-mail.
- 2) CV zaproponowanego/yh przez Wykonawcę trenera/ów.
- 3) Szczegółowy program warsztatów wraz z informacją o metodach pracy.

IV. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

- 1) Ofertę należy złożyć w jednej z wybranych form:

- pisemnej, pocztą na adres:

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego,
Centrum Inicjatyw Gospodarczych
plac Hołdu Pruskiego 9, 70-550 Szczecin (Centrum Biurowe Maris)
Sekretariat V piętro,

z dopiskiem: oferta szkoleniowa – warsztat „**Komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych**”

(po wysłaniu oferty pocztą tradycyjną, należy potwierdzić telefonicznie, tel. 91 432 96 86, wysłanie oferty)

- za pomocą poczty elektronicznej (jako skan podpisanych dokumentów) na adres mkordela@wp.pl (po wysłaniu oferty drogą elektroniczną, należy potwierdzić telefonicznie, tel. 91 432 96 86 , wysłanie oferty).

- 2) Oferty należy złożyć w nieprzekraczalnym terminie do dnia **28 sierpnia 2019 r. do godz. 12.00.**
- 3) Oferty złożone po wyznaczonym terminie nie będą rozpatrywane.

V. KRYTERIUM WYBORU NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

Kryteria punktowane:

1. Cena (**C**) – 30 %
2. Doświadczenie trenera/ -ów prowadzącego/-cych warsztaty (**D**) – 30 %
3. Program warsztatów wraz z informacją o metodach pracy (**P**) – 40%

VI.SPOSÓB OCENY KRYTERIÓW

1. Zasady oceny ofert w kryterium cena (C) – 30 pkt.

$$C = \frac{\text{cena najniższa brutto}^*}{\text{cena oferty ocenianej brutto}} \times 100 \text{ pkt.} \times 30\%$$

* spośród wszystkich złożonych ofert niepodlegających odrzuceniu

- a) Podstawą przyznania punktów w kryterium „cena” będzie cena ofertowa brutto podana przez Wykonawcę w Formularzu Ofertowym.

b) Cena ofertowa brutto musi uwzględniać wszelkie koszty jakie Wykonawca poniesie w związku z realizacją przedmiotu zamówienia.

c) Najkorzystniejsza cenowo oferta może otrzymać maksymalnie 30 pkt.

2. Zasady oceny ofert w kryterium doświadczenie trenera/-ów prowadzącego/-cych warsztaty (D) – 30 pkt.

2.1. W kryterium Zamawiający dokona oceny doświadczenia w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert osoby/ób skierowanej/yh przez Wykonawcę do realizacji zamówienia, posiadającego/yh wiedzę oraz doświadczenie w prowadzeniu szkoleń odpowiadających tematyce będącej przedmiotem planowanego przedsięwzięcia.

2.2. Liczba szkoleń przeprowadzonych przez wskazanego trenera/trenerów zgodnych z zakresem tematycznym warsztatów:

- a) do 4 warsztatów – 0 pkt.
- b) 5-7 warsztatów – 10 pkt.
- c) 8-9 warsztatów – 20 pkt.
- d) 10 lub więcej warsztatów – 30 pkt.

Maksymalnie Wykonawca może otrzymać 30 pkt.

UWAGA: W przypadku, gdy jeden Wykonawca przedstawi więcej niż jedną osobę do prowadzenia warsztatów, punkty przyznane poszczególnym trenerom zostaną zsumowane, a następnie podzielone przez liczbę trenerów.

Zamawiający, chcąc zagwarantować wysoką jakość i profesjonalizm realizacji warsztatów stanowiących przedmiot zamówienia, wymaga by co najmniej jeden z przedstawionych trenerów prowadzących warsztaty, uzyskał wg powyższego klucza min. 10 punktów (tj. posiadał doświadczenie w przeprowadzeniu co najmniej 5 szkoleń z ww. zakresu – odpowiednio do części w której został wykazany). Tym samym (zgodnie z powyższymi założeniami) Zamawiający wymaga, by w kryterium „Doświadczenie trenera” oferta Wykonawcy uzyskała co najmniej 10 punktów.

Jeżeli oferta Wykonawcy uzyska 0 pkt. w kryterium „Doświadczenie trenera” zostanie odrzucona jako niespełniająca wymagań Zamawiającego.

3. Zasady oceny ofert w kryterium program warsztatów wraz z informacją o metodach pracy (P) – 40 pkt.

3.1. Do oceny ofert w przedmiotowym kryterium w danej części zamówienia Wykonawca winien przedstawić propozycję programu warsztatów obejmujący zagadnienia przedstawione w opisie przedmiotu zamówienia, wraz z informacją o metodach pracy – maksymalna ilość 40 punktów. Podstawą przyznania punktów w przedmiotowym kryterium będą informacje podane przez Wykonawcę w dokumencie złożonym wraz z ofertą.

3.2. Ocenie będą podlegały następujące obszary:

a) Opis programu:

- czy zawiera zagadnienia związane z tematem,
- czy napisany jest w sposób jasny, przejrzysty, ciekawy dla potencjalnych uczestników,
- czy ma formę planu.

b) Metody pracy:

- program zawiera zróżnicowane metody nauczania z grupy metod podających oraz problemowych,
- stworzono warunki do aktywnego uczestnictwa w szkoleniu, możliwość zadawania pytań do trenera.

3.3. Punktacja:

30-40 pkt. uzyska oferta, której program szkolenia będzie omawiał w maksymalnie wyczerpujący sposób wskazane w opisie zamówienia zagadnienia poparte ciekawymi case study. Program będzie napisany w sposób jasny, przejrzysty, a jednocześnie ciekawy i zachęcający dla potencjalnych uczestników. Będzie zawierał bardzo zróżnicowane metody nauczania z grupy metod podających oraz problemowych. Program stworzy warunki do bardzo aktywnego uczestnictwa w szkoleniu, możliwość zadawania pytań do trenera. Maksymalna liczba punktów jest zarezerwowana dla ofert, która na tle ofert konkurencji będzie w sposób maksymalnie precyzyjny i przekonujący zachęcała do udziału w proponowanym szkoleniu.

15-25 pkt. uzyska oferta, której program będzie omawiał w wyczerpujący sposób wskazane w opisie zamówienia zagadnienia z małą ilością case study. Program będzie napisany w sposób przejrzysty, standardowy. Będzie zawierał zróżnicowane metody nauczania z grupy metod podających oraz problemowych. Program stworzy warunki do aktywnego uczestnictwa w szkoleniu, możliwość zadawania pytań do trenera.

5-10 pkt. uzyska oferta, której program będzie omawiał w sposób zadawalający wskazane w opisie zamówienia zagadnienia z ograniczoną ilością case study. Program będzie napisany w sposób skrótowy. Będzie zawierał mniej zróżnicowane metody nauczania z grupy metod podających oraz problemowych. Program zakłada małą aktywność uczestników w warsztatach.

0 pkt. uzyska oferta, której program nie będzie omawiał w sposób zadawalający wskazane w opisie przedmiotu zamówienia zagadnienia. Program będzie nieadekwatny do potrzeb Zamawiającego. Nie będzie zawierał zróżnicowanych metod nauczania. Program nie będzie zakładał aktywności uczestników w szkoleniu, brak możliwości zadawania pytań do trenera.

UWAGA: Jeśli oferta uzyska 0 pkt. możliwych do otrzymania w kryterium „Program warsztatów wraz z informacją o metodach pracy”, zostanie odrzucona jako niespełniająca wymagań Zamawiającego.

Złożony „Program warsztatów wraz z informacją o metodach pracy” będzie traktowany jako element treści oferty.

4. Ocena końcowa dla poszczególnych wykonawców zostanie ustalona poprzez sumowanie punktów uzyskanych za poszczególne kryteria zgodnie ze wzorem:

$$Ok = C + D + P$$

gdzie:

Ok – ocena końcowa

C – punkty uzyskane przez Wykonawcę badanego za kryterium „Cena”

D – punkty uzyskane przez Wykonawcę badanego za kryterium „Doświadczenie trenera”

P – punkty uzyskane przez Wykonawcę badanego za kryterium „Program warsztatów wraz z informacją o metodach pracy”

Oceny ofert dokona trzyosobowa komisja złożona z pracowników merytorycznych Zamawiającego.

Wybrana zostanie oferta, która uzyska najwyższą łączną liczbę punktów wynikających z poszczególnych ocen dokonanych przez komisję.

VII. FINANSOWANIE

Przedmiot zamówienia realizowany jest w ramach projektu „Wsparcie administracji zajmującej się zarządzaniem RPO WZ 2014-2020 w roku 2019”, realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020, Oś Priorytetowa X Pomoc Techniczna, Działanie 10.1 Wsparcie procesów zarządzania i wdrażania oraz działań informacyjno-promocyjnych RPO WZ. Decyzja o dofinansowaniu projektu nr RPZP.10.01.00-32-0001/19-00.

VIII. UMOWA

Realizacja usługi nastąpi w oparciu o umowę, której wzór stanowi załącznik nr 2 do niniejszego zapytania.

IX. DODATKOWE INFORMACJE

1. Dodatkowych informacji udziela Pan Marcin Kordela, e-mail: mkordela@wzp.pl , tel. 91 432 96 86.
2. Każdy Wykonawca przedkłada tylko jedną ofertę.
3. Przed złożeniem oferty należy zapoznać się z projektem umowy załączonym do niniejszego zapytania.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo wezwania Oferenta do wyjaśnień lub uzupełnień złożonej oferty.
5. Przed podpisaniem umowy Wykonawca przedstawi szczegółowy program warsztatów. Program o jakim mowa w poprzednim zdaniu wymaga zaakceptowania przez Zamawiającego. Do czasu uzyskania akceptacji Zamawiającego umowa nie będzie zawierana.
6. Zamawiający zastrzega sobie możliwość nie odpowiadania na oferty, jak i nie zawarcia umowy z którymkolwiek z Wykonawców.
7. Niniejsze zapytanie nie stanowi podstawy do roszczeń dotyczących zawarcia umowy, a propozycje składane przez zainteresowane podmioty nie są ofertami w rozumieniu kodeksu cywilnego.