

Rzeszów, 21.08.2019 r.

## Zapytanie ofertowe nr 6/POPW.01.01.02-18-0032/17

Zamówienie realizowane w ramach projektu pn. „CinematicVR”, POPW.01.01.02-18-0032/17, w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.1 Platformy startowe dla nowych pomysłów, Poddziałanie 1.1.2 Rozwój startupów w Polsce Wschodniej.

### I. Zamawiający

CinematicVR Sp. z o.o.  
ul. Klementyny Hoffmanowej 19  
35-016 Rzeszów  
NIP: 5170377924  
REGON: 365828160

[kontakt@cinematicvr.pl](mailto:kontakt@cinematicvr.pl)

### II. Opis Przedmiotu Zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie oraz realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej platformy LookRoom. Zamówienie obejmuje opracowanie i wdrożenie strategii promocyjnej, w której skład wchodzi działania edukacyjne, sprzedażowe i PR, w tym:

- Nawiązanie współpracy z trzema projektantami w celu wykorzystania części ich kolekcji do pokazania usługi VR i zaprezentowania platformy modowej oraz wykorzystania wizerunku do zrobienia filmu promującego platformę modową i usługę VR
- Stworzenie dwóch filmów promocyjnych o długości minimum 60 sekund (netto) z wykorzystaniem wizerunku projektantów oraz prezentujących usługi z making of podczas użytkowania produktu (sesja zdjęciowa, współpraca z projektantem, przeglądanie aplikacji, prezentowanie aplikacji partnerom i klientom) oraz promocja filmów w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) we wskazanych przez zamawiającego grupach docelowych
- Artykuł contentmarketingowy w redakcjach takich jak - Polityka.pl, Vogue.pl, Newsweek.pl lub równoważnych ogólnopolskich portalach branżowych premium
- Stworzenie contentu na stronę projektu oraz przetłumaczenie tekstów na języki angielski i niemiecki (minimalna liczba znaków 15 000)

- Zorganizowanie spotkań w co najmniej 4 prestiżowych wydawnictwach w Warszawie w celu przedstawienia usługi dziennikarzom mody (wydawnictwa takie jak: EDIPRESSE, BURDA, AGORA, MARQUARD lub równoważne ogólnopolskie wydawnictwa premium)
- Dodatkowe działania edukacyjne oraz sprzedażowe wzmacniające wizerunek oraz rozpoznawalność marki zaplanowane do 20 listopada 2019 roku

Wykonawca do oferty załączy proponowaną koncepcję realizacji usługi przygotowania strategii marketingowej (kryterium oceny ofert) – wg Załącznika nr 3 do zapytania ofertowego nr 6 pt.: *“Opis koncepcji realizacji usługi”*  
Szczegółowy harmonogram realizacji usługi zostanie uzgodniony z wybranym Wykonawcą po podpisaniu umowy.

### **III. Do oferty należy dołączyć opis koncepcji realizacji usługi. W propozycji zostaną zawarte:**

1. Nazwiska wybranych projektantów mody wraz z uzasadnieniem wyboru oraz koncepcją współpracy (propozycje złożone w ofercie są uznawane za wiążące).
2. Opis wraz z uzasadnieniem koncepcji filmu reklamowego.
3. Propozycja tematu artykułu oraz wybranej redakcji.
4. Propozycja dodatkowych działań edukacyjnych oraz sprzedażowych wraz z uzasadnieniem

### **IV. Termin i miejsce wykonania zamówienia**

1. Realizacja Usługi powinna rozpocząć się niezwłocznie po wyłonieniu przez Zamawiającego Zleceniobiorcy oraz podpisaniu umowy. Docelowy okres realizacji zlecenia do dnia 20.11.2019 r. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany okresu obowiązywania umowy (tj. wydłużenia bądź skrócenia czasu realizacji projektu).
2. Miejsce świadczenia Usługi: uzależnione od miejsca realizacji Kampanii

### **V. Wiedza i doświadczenie**

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu dotyczące posiadania wiedzy i doświadczenia tj.: opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku:

A. Zamawiający uzna, że Wykonawcy spełniają niniejszy warunek, jeżeli wykażą, iż w okresie ostatnich 3 lat przed upływem składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie należycie wykonali co najmniej 3 usługi polegające na współpracy z udziałem/dla polskiego projektanta mody (w tym min. jedna usługa dla projektanta mody o zasięgu min. 150 000<sup>1</sup> obserwujących użytkowników na portalu społecznościowym Instagram), obejmującej media relations, brand PR oraz promocję digital i social media. Spełnienie warunku należy potwierdzić protokołem odbioru lub udokumentowaną na piśmie rekomendacją.

B. Zamawiający uzna, że Wykonawcy spełniają niniejszy warunek jeśli współpracują z klientami z branży mody przez okres min. 4 lat.

---

<sup>1</sup> Należy podać aktualne tj. na dzień składania oferty zasięgi na portalu Instagram danego projektanta mody

## VI. Ocena ofert

Zamawiający za najkorzystniejszą uzna ofertę, która nie podlega odrzuceniu oraz uzyska największą liczbę punktów przyznanych w ramach ustalonych kryteriów. Oferta musi mieścić się w budżecie, jaki Zamawiający przewidział na sfinansowanie zamówienia.

Oferty będą oceniane wg poniżej wskazanych i opisanych kryteriów:

- 1) Cena - 60 %
- 2) Koncepcja realizacji usługi – 40%

Ad. 1) W kryterium „Cena” największą liczbę punktów otrzyma oferta zawierająca najniższą cenę. Liczba punktów dla każdej następnej oferty zostanie obliczona w następujący sposób:

Liczba punktów = (cena najniższa/cena oferty ocenianej) \* 60

Punktacja od 0 do 60 pkt.

Waga 60 %

K cena - Kryterium cena =  $(C_{\min} / C_{\text{bof}}) \times 60$

C min - Cena najniższej oferty

C bof - Cena badanej oferty

W ramach tego kryterium Wykonawca może otrzymać maksymalnie 60 pkt.

Ad. 2) Liczba punktów w kryterium „Koncepcja realizacji usługi” będzie przyznawana przez Zamawiającego na podstawie dołączonej do oferty koncepcji realizacji usługi kampanii promocyjnej - Załącznik nr 3 do zapytania ofertowego (koncepcja powinna zawierać całościową koncepcję procesu opracowania, wdrożenia oraz monitoringu strategii marketingowej, opis proponowanych działań realizowanych na poszczególnych etapach realizacji usługi zgodnie z pkt III). Punkty w tym kryterium przyznawane będą według zasady spełnia - 10 pkt/ nie spełnia 0 pkt następujące założenia:

1. Spójność koncepcyjna poszczególnych elementów zamówienia.
2. Przedstawienie zasięgów na portalu społecznościowym Instagram zasugerowanych przez Wykonawcę projektantów mody.
3. Zaproponowanie tematu artykułu content marketingowego w ogólnopolskich mediach łączącego tematykę technologii, mody i wizerunek marki.
4. Dodatkowe działania promocyjne o zasięgu krajowym, spełniające kryteria edukacyjne, sprzedażowe i PR-owe.

Punktacja od 0 do 40 pkt.

Waga 40 %

W ramach kryterium nr 2) Wykonawca może otrzymać maksymalnie 40 pkt.

Oferta może uzyskać maksymalnie 100 punktów.

## VII. Informacje dotyczące wyboru najkorzystniejszej oferty

O wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zawiadomi oferentów za pośrednictwem stron internetowych znajdujących się pod adresem:

- <https://cinematicvr.pl/projektyue/>;
- <https://bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/>

## VIII. Dodatkowe informacje

1. Dodatkowych informacji udziela Magdalena Pączek, pod numerem 796 466 543 oraz adresem [kontakt@cinematicvr.pl](mailto:kontakt@cinematicvr.pl)
2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość unieważnienia postępowania w każdym czasie bez podania przyczyn.
3. Oferent jest związany swoją ofertą co najmniej na czas 30 dni od dnia złożenia oferty.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo dokonywania zmian warunków zapytania ofertowego. Oferenci, którzy złożyli oferty przed wprowadzeniem zmian zostaną poinformowani o tym fakcie i będą mieli prawo do wycofania oferty i złożenia jej ponownie zgodnie z wprowadzonymi zmianami.
5. Złożone oferty oraz załączniki nie podlegają zwrotowi.
6. Zamawiający może żądać od uczestników dokumentów potwierdzających spełnianie wymogów określonych w punkcie V.
7. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, uchyla się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert bez przeprowadzania ich ponownego badania i oceny.