



Białowieża, 19 maja 2020 r.

Wyjaśnienia do pytań odnośnie zapytania ofertowego na prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych projektu „e-Puszcza. Podlaskie cyfrowe repozytorium przyrodniczych danych naukowych” dofinansowanego ze środków Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa

1. Ad. Pkt 6. Czy na prowadzenie aktywnej kampanii pozyskiwania nowych użytkowników repozytorium przewidziany jest osobny budżet reklamowy? **Odpowiedź:** Nie.
2. Ad. 8. Prośba o doprecyzowanie maksymalnej ilości dni w miesiącu w których Wykonawca będzie brał udział w piknikach naukowych, nocach muzeów, targach, konferencjach związanych z promocją nauki lub Puszczy Białowieskiej (ilość i lokalizacja imprez do ustalenia z zamawiającym, zależnie od sytuacji epidemicznej i odbywających się wydarzeń w kraju i za granicą). **Odpowiedź:** Liczba wydarzeń będzie ustalana na bieżąco, zależnie od sytuacji epidemicznej oraz koncepcji promocyjnej wypracowanej przez Wykonawcę i ilości wydarzeń organizowanych przez instytucje organizujące wydarzenia o pożądanym charakterze.
3. Ad. 8. Prośba o doprecyzowanie miejsc pikników naukowych, nocy muzeów, targach, konferencji związanych z promocją nauki lub Puszczy Białowieskiej. Czy miejsca tych wydarzeń (po zakończeniu pandemii) będą znajdować się na terenie całego kraju? Czy dojazd i ew. nocleg zapewnia Zamawiający? **Odpowiedź:** Tak, w całym kraju. Nie, zamawiający nie zapewnia noclegu i dojazdów.
4. Ad.11. Czy przewidywany jest osobny budżet na organizację konferencji prasowych – np. wynajem Sali, sprzęt nagłaśniający, ew. drobny catering? Czy konferencje odbywać się będą w siedzibie Zamawiającego? **Odpowiedź:** Nie, nie ma na to oddzielnego budżetu. Konferencje prasowe będą odbywać się w siedzibie zamawiającego, w siedzibie partnera (Politechnika Białostocka) lub bezpłatnie w innych placówkach wskazanych przez zamawiającego.
5. *Bieżące planowanie i prowadzenie działań popularyzatorskich, w tym w mediach społecznościowych (m.in. Facebook – min. 2 posty tygodniowo, Twitter, Instagram, ResearchGate, prowadzenie kanału YouTube itp.), w mediach elektronicznych i tradycyjnych (gazety, telewizja, radio).* Prosiłbym o doprecyzowanie zapisów dotyczących prowadzenia działań w mediach społecznościowych: Czy prowadzone działania będą prowadzone na profilach Zamawiającego, czy Wykonawca będzie zobowiązany do utworzenia nowych kont na potrzeby prowadzenia działań promocyjnych? **Odpowiedź:** Konta zostały już utworzone.
6. Czy posty w ilościach min. 2 x tygodniowo dotyczą tylko platformy Facebook, czy też pozostałych wymienionych? **Odpowiedź:** Dotyczy tylko Facebooka, częstotliwość pozostałych mediów zostanie ustalona wspólnie z wykonawcą.
7. Prosiłbym o przesłanie specyfikacji działań promocyjnych prowadzonych w mediach elektronicznych i tradycyjnych. Ilości, wielkości emisji artykułów prasowych oraz ich zasięg. Czas trwania spotów radiowych wraz z ich ilością emisji oraz zasięg. **Odpowiedź:** Zamawiający nie przewiduje emisji w mediach płatnych.
8. Czas trwania spotu/programu telewizyjnego oraz zasięg emisji. **Odpowiedź:** Zamawiający nie przewiduje emisji spotu reklamowego w mediach płatnych.
9. Wytwarzanie zawartości na stronę internetową projektu (treści dotyczące repozytorium, otwartej nauki, promocji nauki oraz przyrodnicze), prowadzenie działalności promocyjnej w mediach i portalach, z których potencjalnie mogą skorzystać naukowcy oraz pozostałe grupy docelowe. Czy Wykonawca jest zobowiązany do postawienia strony projektowej na której będzie prowadzona kampania promocyjna, czy działania będą prowadzone na już istniejącej stronie internetowej? **Odpowiedź:** Strona internetowa projektu będzie zapewniona przez Zamawiającego.
10. *Przygotowywanie materiałów na wydarzenia promocyjne – opracowanie treści we współpracy z zamawiającym, współpraca z grafikiem, określenie zapotrzebowania na typy i ilości materiałów.*

Prosiłbym o przesłanie specyfikacji dotyczącej materiałów promocyjnych. **Odpowiedź:** Zamawiający oczekuje udziału wykonawcy w tworzeniu treści tekstowych i planowaniu materiałów oraz współpracy z grafikiem zapewnionym przez zamawiającego, specyfikacja materiałów promocyjnych będzie tworzona wspólnie z wykonawcą. Druk materiałów spoczywa na zamawiającym.

11. *Obsługa i organizacja wydarzeń promocyjnych i informacyjnych (Wykonawca zapewni obsługę odwiedzających wydarzenie – poprzez osobę wyznaczoną do realizacji zadania, przygotuje z zasobów zamawiającego niezbędne materiały, zestawy nagród itd. Organizacja polega na zaplanowaniu i realizacji wydarzeń stworzonych przez zamawiającego (np. dni otwarte, część wydarzeń szkoleniowych) oraz zaplanowaniu i zorganizowaniu udziału w zewnętrznych imprezach – zlecenie obejmuje zaplanowanie, jakie wydarzenia pasują do promowania na nich repozytorium projektowego, ustalenie i wybór z zamawiającym, które wydarzenia zostaną obsłużone, zaplanowanie potrzebnych materiałów do rozdawania, ilości osób, określenie jakiego rodzaju udział zamawiającego jest potrzebny, np. prezentacja ze strony zamawiającego oraz realizacja wyżej wymienionych.* Prosiłbym o informację ile wydarzeń Zamawiający planuje zorganizować w czasie trwania kampanii promocyjnej. Co powinno wchodzić w skład infrastruktury niezbędnej na potrzeby przygotowania wydarzeń? Czy będą to imprezy plenerowe czy organizowane w np. salach konferencyjnych? Do jakiej Wartości powinny być przygotowane nagrody oraz jakie przykładowe nagrody będą wręczane? W ilu imprezach zewnętrznych Wykonawca musi zapewnić udział Zamawiającemu? **Odpowiedź:** Liczba wydarzeń będzie ustalana na bieżąco, zależnie od sytuacji epidemicznej oraz koncepcji promocyjnej wypracowanej przez Wykonawcę oraz ilości wydarzeń określonego typu organizowanych przez inne podmioty w kraju. Będą to wydarzenia plenerowe oraz w siedzibie zamawiającego, partnera lub innych podmiotów. Zamawiający zapewni niezbędną infrastrukturę. Zamawiający ze swojej strony zapewni nagrody.
12. *Udział w piknikach naukowych, nocach muzeów, targach, konferencjach związanych z promocją nauki lub Puszczy Białowieskiej (ilość i lokalizacja imprez do ustalenia z zamawiającym, zależnie od sytuacji epidemicznej i odbywających się wydarzeń w kraju i za granicą).* Prosiłbym o informację na jakich zasadach miałyby wyglądać udział w wymienionych imprezach? **Odpowiedź:** Zamawiający oczekuje uczestnictwa osoby realizującej usługę w wydarzeniu w postaci fizycznej obecności, osobistego udziału w obsłudze stoiska.
13. *Udział w wyjazdach promocyjnych. Jakiego rodzaju wyjazdy promocyjne, dla ilu osób, do jakich miejsc docelowych oraz ile razy Wykonawca jest zobowiązany do organizacji wyjazdów?* **Odpowiedź:** Liczba wydarzeń będzie ustalana na bieżąco, zależnie od sytuacji epidemicznej oraz koncepcji promocyjnej wypracowanej przez Wykonawcę.
14. *Organizacja konferencji prasowych i opracowywanie komunikatów medialnych. Ile konferencji prasowych Zamawiający planuje zorganizować?* **Odpowiedź:** Maksymalnie 4-6 do końca trwania projektu, minimalnie 2.

DYREKTOR



Dr hab. Rafał Kowalczyk