

Warszawa, 17 stycznia 2022 r.

**Dotyczy postępowania nr 82/PN/2021 na wybór Wykonawcy usług w zakresie opracowania i realizacji strategii marketingowo-sprzedażowych mających na celu skuteczną promocję wspierającą sprzedaż produktów deweloperskich inwestycji zlokalizowanych przy ul. Kolejowej 19 w Warszawie, ul. Nakielskiej 53 w Bydgoszczy (I etap), ul. Zatorskiej we Wrocławiu (I etap), ul. Geodezyjnej 76 w Warszawie (II etap) i ul. Janusza Kusocińskiego 119 i 121 w Łodzi (II etap) oraz promocję marki PHN na deweloperskim rynku mieszkaniowym w Polsce.**

W związku z ogłoszeniem postępowania nr 82/PN/2021 na wybór Wykonawcy usług w zakresie opracowania i realizacji strategii marketingowo-sprzedażowych mających na celu skuteczną promocję wspierającą sprzedaż produktów deweloperskich inwestycji zlokalizowanych przy ul. Kolejowej 19 w Warszawie, ul. Nakielskiej 53 w Bydgoszczy (I etap), ul. Zatorskiej we Wrocławiu (I etap), ul. Geodezyjnej 76 w Warszawie (II etap) i ul. Janusza Kusocińskiego 119 i 121 w Łodzi (II etap) oraz promocję marki PHN na deweloperskim rynku mieszkaniowym w Polsce, Zamawiający otrzymał następujące pytania od Podmiotu zainteresowanego udziałem w postępowaniu:

**Pytanie nr 1:**

Prośba o informacje czy każda z inwestycji będzie wprowadzana jednym etapem czy kilkoma, taka informacja jest niezbędna do zaplanowania skutecznych kampanii reklamowych.

**Odpowiedź na Pytanie nr 1:**

Zamawiający poniżej zamieszcza informacje dotyczące etapowania inwestycji będących przedmiotem postępowania:

- ul. Kolejowa 19 w Warszawie – inwestycja realizowana będzie w jednym etapie,
- ul. Nakielska 53 w Bydgoszczy (I etap) – inwestycja realizowana będzie w kilku etapach, natomiast postępowanie dotyczy jedynie pierwszego etapu
- ul. Zatorska we Wrocławiu (I etap) – inwestycja realizowana będzie w kilku etapach, natomiast postępowanie dotyczy jedynie pierwszego etapu
- ul. Geodezyjna 76 w Warszawie (II etap) – inwestycja realizowana jest w trzech etapach, natomiast postępowanie dotyczy jedynie drugiego etapu

- ul. Janusza Kusocińskiego 119 i 121 w Łodzi (II etap) - inwestycja realizowana jest w dwóch etapach, natomiast postępowanie dotyczy drugiego etapu.

**Pytanie nr 2:**

Wstępny zarys koncepcji realizacji Zadań – rozumiem, że chodzi tu o wybrane elementy poza logo i nazwą – np. reklama prasowa, gadżety itp. Grupa docelowa i cała strategia będzie kolejnym etapem współpracy?

**Odpowiedź na Pytanie nr 2:**

Zamawiający informuje, iż zgodnie z treścią zapytania ofertowego Wykonawca wraz z ofertą przedstawi wstępny zarys koncepcji realizacji danego Zadania, zawierający m.in. następujące elementy:

- a. propozycje nazw dla inwestycji oraz logotypów (z wyjątkiem inwestycji przy ul. Geodezyjnej 76 w Warszawie oraz inwestycji przy ul. Kusocińskiego 119 i 121 w Łodzi, które posiadają już nazwę i logo)
- b. wstępne kreacje graficzne proponowanych materiałów marketingowo-reklamowych (np. reklama prasowa, gadżety itp.)
- c. proponowane kanały i działania marketingowo-reklamowe
- d. określenie szacunkowych kosztów poszczególnych pozycji.

Wykonawca wraz z ofertą przedstawi dla danego Zadania wstępną koncepcję marketingową, m.in., z propozycją chwytliwych haseł reklamowych i ciekawej linii graficznej dla przedmiotowych inwestycji. Zespół Przetargowy dokona oceny i analizy przedstawionych projektów graficznych i haseł marketingowych dla inwestycji pod względem tego, która propozycja spełnia w najwyższym stopniu oczekiwania Zamawiającego (innovacyjność, wyrazistość, chwytliwość). Podkreślić należy, iż są to jedynie wstępne projekty graficzne mające dać pogląd Zamawiającemu na potencjał prac realizowanych przez oferenta. Szczegółowa koncepcja wizualna i graficzna, a także opracowanie całej strategii i szczegółowych grup docelowych, będzie dopiero opracowywana z wybranym podmiotem.

**Pytanie nr 3:**

Proponowane kanały i działania-reklamowe – rozumiem, że mamy tu dowolność i mamy zaproponować najlepsze wg nas propozycje – nie mają Państwo oszacowanego budżetu na działania reklamowe? Zakres jest bardzo duży - na reklamę w internecie można wydać i 5 000 i 15 000 miesięcznie

**Odpowiedź na Pytanie nr 3:**

Zamawiający informuje, iż należy przyjąć kwoty realizacji, które odpowiadają rynkowym standardom skutecznego promowania inwestycji deweloperskiej zapewniające dotarcie do klientów inwestycji oraz realizację celów sprzedażowych inwestycji.

**Pytanie nr 4:**

Czy jest jakaś maksymalna ilość zrealizowanych umów jaką możemy zawrzeć w ofercie? Czy referencje mają zawierać jakieś szczegółowe informacje?

**Odpowiedź na Pytanie nr 4:**

Zamawiający informuje, iż nie określa wymaganej maksymalnej ilości zrealizowanych umów jaką należy wykazać, natomiast zgodnie z zapisami zawartymi w Zapytaniu ofertowym oczekuje, iż

„(...) Wykonawca wykaże, że:

- a. zrealizował w ciągu ostatnich 5 lat (przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy, to w tym okresie) co najmniej trzy umowy, których przedmiotem było opracowanie i realizacja strategii marketingowo-sprzedażowych produktów deweloperskich, tj. opracowanie i realizacja strategii marketingowo-reklamowej sprzedaży produktów deweloperskich obejmujących swym zakresem zespół budynków mieszkalnych wielorodzinnych z miejscami postojowymi o powierzchni PUM nie mniejszej niż 5.000 m<sup>2</sup> każdy.
- b. przedstawi referencje potwierdzające należyłą realizację wskazanych umów.

Do Oferty należy dołączyć:

1. Wypełniony Wykaz zrealizowanych umów, którego wzór stanowi **Załącznik nr 8** do Zapytania Ofertowego.
2. Referencje potwierdzające należyłą realizację wskazanych umów.

Wykonawca biorący udział w postępowaniu powinien potwierdzić spełnienie ww. warunku bez względu na zakres usług objętych ofertą, tzn. bez względu na liczbę zadań. Doświadczenie stanowi jedno z kryteriów oceny ofert. Punkty zostaną przyznane proporcjonalnie do liczby wykazanych zrealizowanych przez poszczególnych Wykonawców umów potwierdzonych referencjami. (...).”

Referencje powinny być przedstawione w sposób umożliwiający potwierdzenie przez Zamawiającego informacji zawartych w wykazie umów zrealizowanych przez Oferenta stanowiącym **Załącznik nr 8** do Zapytania Ofertowego.

**Pytanie nr 5:**

Kosztorys: Usługi graficzne – rozumiem, że chodzi o bieżącą miesięczną kwotę za dodatkowe usługi graficzne nie uwzględnione w wycenie?

**Odpowiedź na Pytanie nr 5:**

Zamawiający potwierdza, iż pozycja Usługi graficzne zawarta w cenniku szczegółowym dla poszczególnych inwestycji dotyczy bieżącego wsparcia z zakresu dodatkowych usług graficznych nie uwzględnionych w wycenie pozostałych pozycji cennika szczegółowego.

**Pytanie nr 6:**

Kosztorys: Kampania reklamowa outdoor – rozumiem, że kwota ma zawierać projekt graficzny, produkcje i zakup nośników oraz ich proponowaną liczbę. Czy mamy podawać już konkretne nośniki czy wystarczy ich szacunkowa liczba.

**Odpowiedź na Pytanie nr 6:**

Zamawiający potwierdza, iż pozycja Kampania reklamowa outdoor zawarta w z cenniku szczegółowym dla poszczególnych inwestycji, powinna zawierać koszty projektu graficznego, produkcji i zakupu nośników oraz ich proponowaną liczbę.

Zamawiający informuje ponadto, iż oferenci nie muszą podawać konkretnych nośników i ich lokalizacji, a jedynie ich szacunkową liczbę.

**Pytanie nr 7:**

Kosztorys: Czy wszystkie pozycje są wymagane? Na przykład jeśli uważamy, że reklama mobilna jest nieefektywna czy możemy z niej zrezygnować? Ta sama sytuacja dotyczy targów mieszkaniowych, które w aktualnej sytuacji epidemiologicznej nie cieszą się dużą popularnością.

**Odpowiedź na Pytanie nr 7:**

Zamawiający informuje, iż na obecnym etapie nie dopuszcza możliwości złożenia ofert częściowych w zakresie danego Zadania, tym samym Oferenci proszeni są o wycenę wszystkich pozycji zawartych w Cenniku szczegółowym stanowiącym Załącznik nr 2, 2A, 2B, 2C lub 2D (w zależności od numeru zadania). Jeśli Oferent nie rekomenduje danego kanału marketingowego do realizacji, może go dodatkowo opatrzyć adnotacją, iż nie rekomenduje tego kanału w realizacji strategii marketingowej, co zostanie dodatkowo omówione na etapie negocjacji.

**Pytanie nr 8:**

Co dokładnie przygotować do oferty dla inwestycji, które mają już logo i nazwę, bardzo proszę o przesłanie tych logotypów.

**Odpowiedź na Pytanie nr 8:**

Zamawiający informuje, iż dla inwestycji, które mają już logo i nazwę, należy przygotować wszystkie pozostałe elementy wymagane dla wszystkich inwestycji będących przedmiotem postępowania z wyjątkiem ich nazwy i logotypu, zgodnie z informacjami zawartymi w Specyfikacji zamówienia dla poszczególnych zadań, stanowiącymi Załączniki nr 3 - 3D do Zapytania ofertowego. W zakresie logotypu kolejny etap inwestycji wiązać się będzie z opatrzeniem inwestycji i logotypu informacją pisaną/graficzną określającą, iż jest to drugi etap danej inwestycji. Więcej informacji nt. istniejących inwestycji można odszukać na stronach <https://mlodabialoleka.pl/>, <https://osiedleolimpijczyk.pl/>.

W zakresie pozostałych, planowanych inwestycji: <https://www.phnsa.pl/pl/projects-list>.

Logotypy inwestycji Młoda Białoleka oraz Osiedle Olimpijczyk Zamawiający przekazuje w załącznikach do niniejszego zestawu odpowiedzi.

**Pytanie nr 9:**

Czy jest szansa otrzymania wizualizacji inwestycji o ile takie istnieją.

**Odpowiedź na Pytanie nr 9:**

Zamawiający informuje, iż wizualizacje dotyczące wybranych inwestycji dostępne są na stronach www tych inwestycji oraz na stronie internetowej [www.phnsa.pl](http://www.phnsa.pl) w zakładce Inwestycje, poniżej linki:

<https://www.phnsa.pl/pl/projekt/osiedle-olimpijczyk>

<https://www.phnsa.pl/pl/projekt/mloda-bialoleka-i-etap>

<https://www.phnsa.pl/pl/projekt/kolejowa-19>

W zakresie inwestycji w Bydgoszczy przy ul. Nakielskiej 53 oraz we Wrocławiu przy ul. Zatorskiej, Zamawiający na chwilę obecną nie posiada jeszcze wizualizacji umożliwiających ich udostępnienie.