

Warszawa, dnia 16 sierpnia 2018 r.

Dotyczy postępowania na wybór wykonawcy opracowania i realizacji strategii marketingowo-sprzedażowej mającej na celu skuteczną promocję wspierającą sprzedaż dla II Etapu inwestycji VIS À VIS WOLA przy al. Prymasa Tysiąclecia 83 w Warszawie.

1. Zamawiający oczekuje, iż Wykonawca wraz z ofertą przedstawi wstępny zarys koncepcji realizacji zamówienia, zawierający m.in. następujące elementy:
 - wstępne kreacje graficzne proponowanych materiałów marketingowo-reklamowych - czy Key Visual będzie wystarczający z koncepcją dwóch końcowych formatów (np. Pion Prasa i Poziom Outdoor) będą wystarczające?

Odpowiedź: Tak.

- proponowane działania marketingowo-reklamowe - czy mają to być koncepty kampanii informacyjno - reklamowych, eventów jakie są dokładnie oczekiwania na bazie praktyki Klienta?

Odpowiedź: Należy przedstawić zgodnie z Załącznikiem nr 1A oraz Załącznikiem nr 2 do Zapytania ofertowego.

2. Czy kontrakt miałby dotyczyć okresu: druga połowa września 2018 - listopad 2020?

Odpowiedź: Wsparcie marketingowe obejmować będzie cały planowany okres sprzedaży produktów deweloperskich z II etapu inwestycji (druga połowa września 2018 - listopad 2020). Zamawiający dopuszcza zmianę tego okresu w zależności od wyniku procesu sprzedaży.

3. Czy poniższe pozycje:
 - Opracowanie grupy docelowej
 - Opracowanie strategii i planu marketingowego - czy Agencja ma dysponować i odpowiadać za budżet i wynik (Outsourcing marketingu) czy ma przedstawić wyłącznie rekomendacje dotyczące kanałów i wydatków?

Odpowiedź: Na etapie ofertowania, potencjalny wykonawca przedstawia plan i budżet zgodnie z Załącznikiem nr 1A oraz Załącznikiem nr 2 do Zapytania ofertowego stanowiące rekomendacje dla Zamawiającego. Realizacja planu i budżetu na bazie co miesięcznych planów kampanii zatwierdzanych przez Zamawiającego.

- Opracowanie budżetu marketingowego (czyli całościowy plan wydatków mediowych dla tej inwestycji w okresie do 2020?)

Odpowiedź: Tak.

- Opracowanie media planu - jaki okres? 1 rok?

Odpowiedź: na cały planowany okres sprzedaży (09.2018- 11.2020) zgodnie z Załącznikiem nr 1A oraz Załącznikiem nr 2 do Zapytania ofertowego, z uwzględnieniem co miesięcznych media planów.

- Bieżąca koordynacja działań marketingowych - do kogo miałyby przebiegać raportowanie? kto po stronie klienta podejmuje decyzje?

Odpowiedź: raportowanie i akceptacja miesięcznych planów kampanii po stronie Biura Marketingu, Strategii, Relacji Inwestorskich i PR w PHN

4. Polisa OC - czy wystarczy przedłożenie Promesy polisy do podpisania umowy - zawarcie polisy po podpisaniu umowy z Klientem

Odpowiedź: Tak.

5. Referencje - dla firmy deweloperskiej dla której opracowaliśmy Kampanie dla 4 inwestycji - czy wystarczy jedna referencja z oświadczeniem że dotyczy 4 inwestycji ? dotyczy punktu: Zapytanie Ofertowe:

- 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 3 umowy, których przedmiotem było opracowanie i realizacja strategii marketingowo-sprzedażowych produktów deweloperskich, dla inwestycji mieszkaniowych zbliżonych parametrami do inwestycji będącej przedmiotem zamówienia, tj. opracowanie i realizację strategii marketingowo-reklamowej sprzedaży produktów deweloperskich obejmujących swym zakresem zespół budynków mieszkalnych wielorodzinnych z miejscami postojowymi o powierzchni PUM nie mniejszej niż 5.000 mkw. każdy
- b. przedstawi referencje potwierdzające należyłą realizację wskazanych umów.

Odpowiedź: Tak.