

Warszawa, 22 maja 2017 r.

Dotyczy: wyboru podmiotu świadczącego usługi na opracowanie i realizację strategii marketingowo-sprzedażowej wspierającą sprzedaż I etapu inwestycji Yacht Park przy ul. Arkadiusza Rybickiego w Gdyni oraz promocję marki PHN Development

W związku z ogłoszeniem ww. postępowania Zamawiający otrzymał następujące pytania od podmiotów potencjalnie zainteresowanych udziałem w postępowaniu:

1. Warunkiem kwalifikującym jest przedłożenie umów, których przedmiotem było opracowanie i realizacja strategii marketingowo-sprzedażowych produktów deweloperskich.
Czy dopuszczacie Państwo kwalifikację podmiotów, które przedłożą umowy realizacyjne dla innej branży niż deweloperska?
2. Jaka jest minimalna wysokość posiadanych środków finansowych na rachunku lub minimalna zdolność kredytowa którą Wykonawca musi posiadać, aby spełnić Państwa oczekiwania? Czy istnieje ewentualna możliwość wykreślenia tego fragmentu i pozostawienia wymogu przedstawienia samej opinii bankowej dotyczącej współpracy z bankiem, biorąc pod uwagę, że Wykonawcy zobowiązani są do posiadania polisy OC na kwotę 1.000.000 PLN co w znacznym stopniu zabezpiecza należyte wykonanie zadania.

Wątpliwości dotyczą poniższego fragmentu zapytania:

VI. Opis warunków udziału w postępowaniu:

(...)

2. Posiadanie niezbędnego potencjału finansowego.

(...)

Do Oferty należy dołączyć:

(...)

5. Informacje z banku lub spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, w których Wykonawca posiada rachunek, potwierdzające wysokość posiadanych środków finansowych lub zdolność kredytową Wykonawcy, wystawione nie wcześniej niż 1 miesiąc przed upływem terminu składania ofert oraz opinię banku zawierającą informacje na temat współpracy z bankiem w zakresie posiadanych rachunków, salda rachunków i historii kredytowej.

3. Pytanie dotyczy załącznika 1A do zapytań ofertowych, jest on bardzo istotny w związku z kryterium całkowitej oceny Wykonawców jakim jest cena.

Wymagane jest wpisanie konkretnych usług i ich jednostkowej ceny, w tym mediów użytych w kampanii. O ile w przypadku zadań jednorazowych i koncepcyjnych typu „sesja fotograficzna” czy „makieta architektoniczna” (punkty 1 do 11) są to rzeczy jak najbardziej porównywalne o tyle niemożliwym do porównania jest większość punktów od 12 do 24 bez wskazania konkretnych specyfikacji produkcyjnych lub konkretnych tytułów prasowych, formatów czy stacji radiowych.

Zakup mediów jest najbardziej kosztownym punktem budżetu marketingowego i nie powinien stanowić kryterium oceny oferty bez jakościowych wskaźników - w aktualnej formie należałoby zarekomendować

jak najmniejszą aktywność reklamową, aby uzyskać najniższą cenę i najwięcej punktów, co w oczywisty sposób nie jest w interesie inwestycji.

Rozwiązaniem czyniącym oferty Wykonawców możliwymi do porównania jest:

- a. wskazanie konkretnego zakładanego budżetu i minimalnych celów do osiągnięcia przy jego pomocy lub
 - b. wylistowanie konkretnych mediów wraz z konkretnymi ilościami emisji celem porównania ich cen pomiędzy ofertami Wykonawców lub
 - c. na wynagrodzenie Agencji powinny składać się wyłącznie elementy twórcze/produkcyjne bez kosztów kupowanych mediów (ewentualnie z dodatkowym kryterium całościowej oceny ofert w postaci rekomendowanej „strategii mediowej” - jako bardzo ważnego elementu strategii marketingowej inwestycji)
4. Jakie informacje w ramach przygotowania oferty powinniśmy zawrzeć z zapisu II.4? w II.2 jest niestety ogólnie napisane „proponowane kanały marketingowo-reklamowe”
 5. Co oznacza zapis w II.4.12 - czy jest to wartość nadrzędna dla 13,14 i 15? podobnie sytuacja wygląda z II.4.22 - „produkcja materiałów”
 6. Zapis VI - warunek zostaje uznany jako spełniony jeżeli przedstawimy uzupełniony załącznik nr 7 + referencje od wskazanych w zał. 7 osób? chcielibyśmy się upewnić:)
 7. Jak ogólnie rozumieją Państwo termin „zrealizowane zamówienie”? Czy to oznacza sprzedaż wszystkich lokali czy realizację wszystkich punktów ujętych w SIWZ, w zapisie II.4 - będziemy wdzięczni za doprecyzowanie
 8. Czy w OŚWIADCZENIA OSÓB PRZEWIDZIANYCH DO PEŁNIENIA SAMODZIELNYCH FUNKCJI PRZY REALIZACJI ZAMÓWIENIA* wystarczy podpis osoby bez pieczętki? Ponieważ osoby zatrudnione w firmie na umowę o pracę nie posiadają zazwyczaj własnych, imiennych pieczętek.
 9. Czy w zał. 4 i 5 powinniśmy wykazać także podwykonawców? mamy na myśli tu np. media portale internetowe, bazy, domy mediowe, od których chcemy wykupić emisje reklamy internetowej lub firmy outdoor'owe, które odnajmują powierzchnie
 10. Wykaz projektów wykonywanych przez osoby realizujące niniejsze zamówienie obejmuje zał. 4? czy powinniśmy przygotować specjalny, osobny dokument?
 11. W punkcie VIII "Informacje o doświadczeniach i dokumentach" dwukrotnie proszą Państwo o referencje (podpunkty o. i q.). Czy to są te same dokumenty czy też jedne dotyczą załącznika nr 7 "Wykaz zrealizowanych umów", a drugie dotyczą Wykazu projektów poszczególnych osób z Załącznika nr 4 "Wykaz osób"?
 12. Skoro w załączniku nr 4 przy Wykazie osób podane będą projekty jakie realizują/zrealizowały poszczególne osoby, to czy należy stworzyć kolejny załącznik dot. pkt. n. "Wykaz projektów w zakresie strategii marketingowo-sprzedażowych produktów deweloperskich prowadzonych przez poszczególne osoby"?
 13. Proszę o bardziej precyzyjne wyjaśnienie sposobu liczenia punktów wg kryterium oceny nr 3. Czy jeżeli załączymy referencję trzech umów to dostaniemy za to 10 punktów?

ODPOWIEDZI

Ad.1

Zamawiający wyjaśnia, iż posiadanie doświadczenia w realizacji co najmniej trzech projektów w branży deweloperskiej jest warunkiem udziału w przedmiotowym postępowaniu, zgodnie z Zapytaniem ofertowym pkt. VI.1. a).

Ad.2

Zamawiający wyjaśnia, iż celowo odstąpił od określenia minimalnej wysokości posiadanych środków finansowych na rachunku lub określenia minimalnej zdolności kredytowej.

Wskazane jest, aby wykonawca określił w przybliżeniu jaką wysokość środków finansowych na rachunku lub minimalną zdolność kredytową posiada.

Ad.3

Zamawiający wyjaśnia, iż ocenie podlegać będzie nie tylko cena ofertowa, ale również jakość i trafność doboru oferowanych kanałów promocji i reklamy.

Ad.4

Zamawiający wyjaśnia, iż w ramach pkt II.4 powinien zostać wypełniony Załącznik nr 1A Cennik Szczegółowy. Proponowane kanały marketingowe dotyczą zaś proponowanych kanałów dystrybucji wykorzystywanych przy marketingu projektu.

Ad. 5

Zamawiający potwierdza że, jest to wartość nadrzędna.

Ad. 6

Zamawiający potwierdza.

Ad. 7

Zamawiający wyjaśnia, iż realizacja zamówienia pokrywa się z zakończeniem sprzedaży projektu.

Ad. 8

Zamawiający potwierdza, że wystarczą czytelne podpisy imieniem i nazwiskiem, bez pieczętek.

Ad. 9

Zamawiający wyjaśnia, iż Podwykonawcy nie są zobowiązani do przedstawienia Załączników nr 4 i 5, jednak w ofercie należy określić ewentualnego Podwykonawcę i zakres usług jaki Wykonawca zamierza powierzyć każdemu z Podwykonawców.

Ad. 10

Zamawiający wyjaśnia, iż w celu przedstawienie doświadczenia (projektów realizowanych przez osoby uczestniczące w realizacji zamówienia) należy powyższe przedstawić w formie załącznika nr 4.

Ad. 11

Zamawiający potwierdza, iż w pkt. VIII.1.o. i q. wskazano omyłkowo ten sam dokument.

Ad. 12

Zamawiający wyjaśnia, iż w celu przedstawienie doświadczenia (projektów realizowanych przez osoby uczestniczące w realizacji zamówienia) należy powyższe przedstawić w formie załącznika nr 4.

Ad. 13

Zamawiający wyjaśnia, iż posiadanie doświadczenia w realizacji co najmniej trzech projektów w branży deweloperskiej jest warunkiem udziału w przedmiotowym postępowaniu, zgodnie z Zapytaniem ofertowym pkt. VI.1. a). Jednym z kryteriów oceny ofert jest „doświadczenie” rozumiane jako liczba zrealizowanych umów – kampanii marketingowo-reklamowych w zakresie sprzedaży produktów deweloperskich i punkty zostaną przyznawane wg wzoru: liczba badanych zrealizowanych umów/najwyższą liczbę zrealizowanych umów x 10. Maksymalną liczbę 10 pkt. otrzyma więc podmiot,

który przedstawi największą ilość zrealizowanych umów w zakresie wsparcia sprzedaży produktów deweloperskich. Jeśli żaden z podmiotów biorących udział w postępowaniu nie przedstawi więcej niż trzech projektów, wówczas maksymalna liczba punktów zostanie przyznana wszystkim podmiotom, które zrealizowały trzy umowy.