

Warszawa, 24 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) punkt 7 - pakiet identyfikacji - czy mają tu Państwo na myśli projekty graficzne czy wydruki, a może jedno i drugie - oraz w jakich ilościach?

Ad. 1

Zamawiający wyjaśnia, iż chodzi o projekty graficzne oraz wydruki. Ilości: liczymy, iż wybrany oferent oszacuje w ofercie, na bazie swojego doświadczenia, odpowiednią liczbę materiałów do wyprodukowania niezbędną do odpowiedniego wsparcia marketingowego dla przedmiotowej inwestycji.

- 2) to samo w przypadku punktu 8 - a, b, c, e

Ad. 2

Zamawiający wyjaśnia, iż chodzi o projekty graficzne oraz wydruki. Ilości: liczymy, iż wybrany oferent oszacuje w ofercie, na bazie swojego doświadczenia, odpowiednią liczbę materiałów do wyprodukowania niezbędną do odpowiedniego wsparcia marketingowego dla przedmiotowej inwestycji.

- 3) co dokładnie rozumieja Państwo poprzez 11 - internetowa obsługa sprzedaży

Ad. 3

Zamawiający wyjaśnia, iż chodzi o reklamę w kanałach internetowych takich jak np. portale nieruchomości i inne. Liczymy, iż wybrany oferent oszacuje w ofercie, na bazie swojego doświadczenia, odpowiednią liczbę i rodzaj kanałów niezbędnych do odpowiedniego wsparcia marketingowego dla przedmiotowej inwestycji.

- 4) punkt 13, 14 - czy dotyczy to zaprojektowania grafiki/ napisania scenariuszy radiowych czy wykupu emisji/ czasu antenowego/ kosztów nagrania? czy jedno i drugie?

Ad. 4

Zamawiający wyjaśnia, iż chodzi o jedno i drugie.

5) punkt 15 - b, c, d i e - rozumiemy, że dotyczy to wynajmu powierzchni?

Ad. 5

Zamawiający wyjaśnia, iż chodzi o wynajem powierzchni, zaprojektowanie oraz zamieszczenie reklam na odpowiednio dobrane przez Oferenta okresy.

6) czy pod pozycją 23 „remarketing/retargeting” rozumieją Państwo kampanie linków sponsorowanych adwords wraz z remarketingiem i retargetingiem? bo nie pojawiła się nigdzie pozycja „google adwords” - a jest to główne narzędzie dotarcia np do zagranicznych klientów

Ad. 6

Zamawiający potwierdza.

7) punkt 19 - co dokładnie mają Państwo na myśli? czy gadzety znajdujące się w biurze sprzedaży, czy gadzety dla klientów, którzy zakupili lokum? a może jedno i drugie?

Ad. 7

Zamawiający wyjaśnia, iż chodzi o jedno i drugie.