

21/04/2024

שלום רב,

מענה לשאלות הבהרה למכרז 02/24 למתן שירותי ייעוץ בהליך של שינוי שם ולביצוע קמפיין למיתוג מחדש לעמותת מכללה אקדמית הדסה

מענה	שאלת הבהרה	סעיף	#
מדובר בתנאי סף וחשוב שחברת הפרסום/מיתוג שניגשת למכרז תעמוד בתנאי הזה ולא חברת רכש המדיה.	רשום נדרש ניסיון של 3 שנים (לא רציפות) בעבודה עם מוסדות להשכלה גבוהה בישראל - הסעיף לא כלול בסעיף "תנאי סף" אך הסעיף מנוסח כך כדרישה. האם חברת המדיה יכולה לעמוד בסעיף זה אך אנו כחברת הפרסום מיתוג לא עומדים בסעיף זה.	3.1	1
אין דרישה אך מומלץ לצורך הבהרת הניסיון הרלוונטי.	האם מלבד קו"ח נדרש פירוט נוסף לגבי ניסיון הצוות של המציע?	3.2	2
הכוונה פה לפעילות במובן של חלוקה המהלך לביצוע בשלבים. האם מומלץ לעשות קמפיין אחד בלבד או יותר מאחד?	למה מתייחס המשפט "הגדרת מספר פעימות מומלץ לקמפיין"? לכל המוצע בסעיף הנ"ל? או לפעילות במובן של חלוקה של המהלך לביצוע בשלבים?	4.4	3
לוח הזמנים מתייחס בסעיף זה אך ורק לקמפיין עצמו מרגע ההשקה.	הגדרת לוחות זמנים זהה לזו של סעיף 4.1 (ששם מפורט כל המהלך של בניית ההצעה מרגע החתימה על ההסכם ועד להשקה) או שמדובר בלו"ז אחר שמתייחס לקמפיין עצמו מרגע ההשקה?	4.4	4
לשיקול דעתכם. אם הגדרתם יעדים רלוונטיים בסעיף 4.1 שניתן להתייחס אליהם גם בשלב השני של קמפיין ההשקה אז רצוי.	"התייחסות ליעדים" – היעדים הוגדרו בסעיף 4.1, איזו התייחסות נוספת דרושה בסעיף זה?	4.4	5
הכוונה לפעילות מומלצת שהיא מעבר לפרסום. לדוגמא: אירוע השקה או כל דבר אחר. חשוב להדגיש שפירוט המדיות בסעיף 5 הן לצורך השוואות הצעות המחיר ובהחלט יכול להיות שההמלצה שלכם תכלול מדיות אחרות/נוספות.	למה הכוונה ב"פעילות נלווית לפרסום"? ישנו פירוט של כל המדיה הפרסומית (שילוט, דיגיטל, רדיו, טלוויזיה) האם יש משהו מעבר?	4.4	6
בכל אחד מ-3 קטגוריות המחיר אנו מצפים שהמציע יציע קמפיין שעומד באותו טווח מחיר וכולל בתוך אותו מחיר גם את עלות המדיה וגם את העלויות לצוות המיתוג/ריטיינר.	יש חלוק ל-3 הצעות מדיה שצריך להעביר 1m, 2m, 3m. האם העלות בסעיף כוללת את העלות של צוות המיתוג? או שזה נטו למדיה כולל עלות ניהול מדיה?	4.5	7
המחיר חייב לכלול גם הפקות מדיה.	הפקות- האם המחיר צריך להיות כולל הפקת תשדיר לטלוויזיה? וכלל הפקות עבור הקמפיין במידה וידרשו (טיקטוק וידיאו/פייסבוק וידיאו או כל בלי פרסומי אחר שנחליט).	5.1	8
בסעיף 5.1 אין לזה התייחסות כיוון שהסעיף הזה מודד רק את התחרות ברכש מדיה. כמובן שבסעיף כמובן שבסעיף 4.5 על המציעים להתייחס לרשתות החברתיות כחלק מההצעה שלהם לתמהיל הפרסום, אם וכאשר הם חושבים שנכון לעשות זאת.	בסעיף 5.1 אין אזכור לקמפיין קידום דיגיטל רשתות / פרפורמנס – גוגל – פייסבוק. האם יש תקציב נפרד? וכיצד מנוהל? כיצד על המציע להתייחס לקמפיין קידום דיגיטל וברשתות?	5.1	9

<p><b>רצועת שידור צמודה לחדשות 18:00 ולחדשות 20:00 בערוצים 9, 11, 12, 13, ו-14.</b></p>	<p>דקה ל8. על מנת לתת הצעת מחיר מיטבית נבקש לדעת באיזו רצועת שידור מדובר. איזו שעה ומיקום ברצועת שידור?</p>	<p>10 5.1 ז-</p>
<p><b>בסעיף העלויות לכל תת סעיף יש משקל שונה:</b> א' - 3 נק' ב' - 3 נק' ג' - 1 נק' ד' - 2 נק' ה' - 3 נק' ו' - 1 נק' ז' - 2 נק' ח' - 1 נק' ט' - 2 נק' י' - 2 נק'</p>	<p>בסעיף 5.2: "קריטריון העלויות יהיה היחיד". מהי שיטת החישוב או מהי הנוסחה להשוואה בין הצעות?</p>	<p>11 5.2</p>
<p><b>העלות בסעיף 25 מתייחסת אך ורק לריטיינר חודשי ולא לעלויות האחרות של שלב המיתוג וקמפיין ההשקה.</b></p>	<p>יש דרישה לעלות חודשית וזה לא מתכתב עם חמשת סוגי המחירים שיש כחלק מהמכרז (שארבעה מהם אינם חודשיים): -עלות שלב המיתוג -ריטיינר חודשי -עלות הפקת חומרי -מדיה (שלוש הקטגוריות שביקשתם) -סכום כולל הכל <b>נשמח לדעת איזה מהסכומים אתם רוצים שנציין בסעיף זה.</b></p>	<p>12 25 (ההצעה)</p>
<p><b>גם כאן, נספח ד' העלות מתייחסת אך ורק לריטיינר חודשי ולא לעלויות האחרות של שלב המיתוג וקמפיין ההשקה.</b></p>	<p>יש דרישה לעלות חודשית וזה לא מתכתב עם חמשת סוגי המחירים שיש כחלק מהמכרז (שארבעה מהם אינם חודשיים): -עלות שלב המיתוג -ריטיינר חודשי -עלות הפקת חומרי -מדיה (שלוש הקטגוריות שביקשתם) -סכום כולל הכל <b>נשמח לדעת איזה מהסכומים אתם רוצים שנציין בסעיף זה.</b></p>	<p>13 נספח ד' - התמורה</p>
<p><b>כן הכוונה פה באמת לסעיף 6 ולא לסעיף 1 לעיל.</b></p>	<p>בסעיף 9 של נספח התמורה רשום הפניה ל"סעיף 1 לעיל" - האם הכוונה היא בעצם לסעיף 6 בנספח התמורה? ?</p>	<p>14 נספח ד' - התמורה- סעיף 9</p>

<p><b>אנחנו עובדים מול גורם אחד שניגש למכרז. גורם מרכזי ומולו מתנהל כל הקשר וגם ההתנהלות החשבונאית. אם ברצונך לעבוד עם ספקים שונים לצרכי פעילויות שונות זה בסדר גמור. בהחלט ניתן להציג זאת במכרז שתחומי פעילויות נוספים יבוצעו על ידי ספק נוסף.</b></p>	<p>האם אנחנו יכולים לעבוד בשיתוף פעולה עם ספק חיצוני?</p>	כללי	15
<p><b>כן, ניתן לרכוש מדיה דרך ספק משנה.</b></p>	<p>ספק משנה - רכש מדיה - כיום בשוק הישראלי יש חברות מדיה אשר קונות למשרדי פרסום / מיתוג את המדיה, לכן האם אפשרי לרכוש דרך ספק משנה את כלל המדיה. חברה שעובדת איתנו באופן שוטף ברכש מדיה?</p>	כללי	16
<p><b>אין משרד נפרד וככל שהמציע חושב שיש להתייחס אז צריך להתייחס לכך בתמהיל המוצע ובתכנית המוצעת במכרז זה.</b></p>	<p>האם יש משרד נפרד שמנהל פעילות למגזרים ערבי וחרדי והאם יש תקציב נפרד? כיצד על המציע להתייחס למגזרים אלו?</p>	כללי	17