

Sekce správní
odbor obchodní

V Praze 18. května 2016
Č.j.: 2016/058599/CNB/420

Dodatečné informace č. 1
k poptávce České národní banky na výběr dodavatele veřejné zakázky

„Komunikační kampaň ke zviditelnění nového webového portálu o finančním vzdělávání“

Zadavatel obdržel v rámci výše uvedené poptávky dotazy uchazečů, které jsou uvedeny níže, včetně odpovědí zadavatele na ně.

Dotaz č. 1:

Počítá se s úpravou webu, resp. s pravidelným uploadem obsahu?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 1:

Web bude aktualizován spíše nepravidelně, např. při změně právních předpisů. Pravidelné obsahové změny budou komunikovány spíše prostřednictvím jiných kanálů – Facebook apod.

Dotaz č. 2:

Je možné seznámit se s ukázkami předmětné microsite?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 2:

Ano, některé ukázky microsite budou uveřejněny na profilu zadavatele u detailu veřejné zakázky (https://ezak.cnb.cz/contract_display_356.html).

Dotaz č. 3:

Jaké jsou základní cíle kampaně?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 3:

Základním cílem kampaně je rozšířit povědomí cílové skupiny o existenci specializované microsite věnované finančnímu vzdělávání, potažmo o funkci ČNB jakožto nezávislého garanta finančního vzdělávání.

Dotaz č. 4:

Je uchazeč vázán nabízenou cenou po celou dobu trvání smlouvy?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 4:

Ano, vybraný dodavatel je svou nabídkovou cenou vázán po celou dobu trvání smlouvy.

Dotaz č. 5:

Je v ceně obsažen mediální budget?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 5:

Ano, cena bude zahrnovat veškeré náklady dodavatele, tedy i mediální budget.

Dotaz č. 6:

Je třeba počítat s půlročním rozestupem obou fází kampaně?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 6:

Ano, zadavatel záměrně oddělil obě fáze kampaně určitým rozestupem.

Dotaz č. 7:

Plánuje zadavatel aktivity, na které by bylo možné navázat v průběhu trvání kampaně?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 7:

Z připravovaných mediálních aktivit lze zmínit např. plánované otevření expozice v pobočce ČNB v Brně.

Dotaz č. 8:

Je zadavatel připraven a schopen kooperovat s vybraným dodavatelem při přípravě výstupů kampaně?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 8:

Ano, při přípravě výstupů kampaně bude možné spolupracovat s odborníky z ČNB.

Dotaz č. 9:

Má zadavatel nyní smluvně zavázán nějakou mediální agenturu.

Odpověď zadavatele na dotaz č. 9:

V současné době nikoliv.

Dotaz č. 10:

Bude do projektu zařazeno také současné testování žáků ze strany ČŠI?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 10:

Zmíněné testování žáků by nemělo zasahovat do průběhu kampaně, neboť projekt je teprve v začátku a zadavatel předpokládá jeho spuštění až po září 2016. Navíc se jedná spíše o spolupráci mezi ČŠI a ČNB na přípravě testových otázek.

Dotaz č. 11:

Kdy by mělo dojít ke spuštění microsite „Peníze na útěku“?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 11:

Zadavatel předpokládá, že by k němu mohlo dojít při příležitosti Dne otevřených dveří ČNB dne 4. června 2016 nebo nejpozději do poloviny června 2016. Spuštění microsite proběhne bez jakékoli kampaně; ta by měla být odstartována v září tohoto roku.

Dotaz č. 12:

Lze získat přístup k obsahu microsite „Peníze na útěku“?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 12:

Viz odpověď na dotaz č. 2.

Dotaz č. 13:

Co se rozumí „plánem pokračování komunikační kampaně“, jak o něm hovoří smlouva?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 13:

Plánem pokračování komunikační kampaně se rozumí plán komunikačních aktivit a mediamix. Zadavatel tento plán pojímá spíše jako doporučení pro budoucí směřování svých komunikačních aktivit v oblasti finančního vzdělávání.

Dotaz č. 14:

Microsite „Peníze na útěku“ již existuje?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 14:

V současné době probíhá dokončování microsite. Stran jeho spuštění zadavatel odkazuje na dotaz č. 11.

Dotaz č. 15:

Jak je definována cílová skupina pro mediální kampaň?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 15:

Cílová skupina je definována v rozmezí 18 až 35 let, nicméně zadavatel má za to, že kampaň by mohla zaujmout i mladší žáky základních a středních škol, stejně jako ostatní cílové skupiny bez rozdílu věku.

Dotaz č. 16:

Počítá zadavatel se zpětnou vazbou při vyplnění formulářů či kvízu? Např. s vystavením certifikátu?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 16:

Zadavatel nepředpokládá, že by mělo docházet k vydávání certifikátů.

Dotaz č. 17:

Je k dispozici „tvář projektu“, konkrétní osoba, např. guvernér ČNB?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 17:

Zadavatel odkazuje na svou odpověď k dotazu č. 8. Zřejmě nelze jmenovat jedinou osobu, která by byla garantem finančního vzdělávání. S ohledem na svou dosavadní působnost by touto osobou mohl být p. Rusnok či vybraní sekční ředitelé ČNB.

Dotaz č. 18:

Je nutné kampaň silně brandovat, tj. zdůrazňovat roli ČNB?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 18:

Zadavatel považuje za vhodné, aby uchazeči drželi linii brandu ČNB tak, jak je nyní nastavena na microsite „Peníze na útěku“. Vyobrazení loga a dalších symbolů ČNB nemusí být pojato maximalisticky, mělo by spíše doplňovat obsah výstupů.

Dotaz č. 19:

Je cílem zadavatele přivést na microsite co nejvíce lidí?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 19:

Nikoli. Primárním cílem je poskytnutí informací o roli ČNB v oblasti finančního vzdělávání.

Dotaz č. 20:

Jsou nějaká omezení, o nichž by uchazeči měli vědět?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 20:

Omezení by neměla být dána. Zadavatel v této souvislosti pouze připomíná, že případná personifikace členů cílové skupiny by měla být provedena pouze prostřednictvím e-mailové adresy, která v tomto kontextu nepodléhá ochraně podle zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

Dotaz č. 21:

Je součástí kampaně také správa stránky ČNB na Facebooku?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 21:

V rámci kampaně lze navrhnout například zvláštní profil věnovaný tématu finančního vzdělávání na Facebooku.

Dotaz č. 22:

Měl by uchazeč v rámci vizualizace či storyboardů dodržet design microsite?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 22:

Ano, zadavatel požaduje, aby uchazeči dodrželi zmíněný design.

Dotaz č. 23:

Lze poskytnout zdrojová data k microsite?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 23:

Údaje o microsite budou uchazečům poskytnuta v rozsahu, v jakém to ČNB dovolí licenční podmínky ujednané s tvůrci microsite. Zadavatel však v rámci podmínek poptávky patrně poskytne pouze ukázky microsite, jak bylo zmíněno v odpovědi na dotaz č. 2. Podrobnější dokumentaci microsite bude možné poskytnout až vybranému dodavateli.

Dotaz č. 24:

Může zadavatel garantovat podporu komunikace v nějaké době, např. odpovědi na dotazy na FB?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 24:

Zadavatel není schopen předem definovat rychlost reakce, záleží na množství dotazů a odpovědí.

Dotaz č. 25:

Jaké jsou měřitelné cíle ČNB týkající se kampaně?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 25:

Měřitelnými cíli nejsou přístupy na microsite. Podrobněji viz odpověď na dotaz č. 19.

Dotaz č. 26:

Byla pro účely zacílení kampaně zpracována nějaká analýza cílové skupiny 18-35 let?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 26:

Zacílení kampaně na tuto cílovou skupinu nevyplývá z žádné analýzy, nýbrž z povahy kategorie těchto osob (věk, začátek výdělečné činnosti, zakládání rodiny atp.).

Dotaz č. 27:

Je povinností uchazečů vytvářet reporty z plnění a tyto vyhodnocovat?

Odpověď zadavatele na dotaz č. 27:

Ano, tato povinnost je zakotvena v návrhu smlouvy, který je uveřejněn na profilu zadavatele na adrese https://ezak.cnb.cz/contract_display_356.html, v sekci „Zadávací dokumentace veřejné zakázky“.

Dotaz č. 28:

Ráda bych Vás poprosila o upřesnění části bodu 6.4.3 poptávky, tj.:

Návrh komunikační kampaně, který bude respektovat požadavky zadavatele stanové v této poptávce a jejích přílohách a bude obsahovat:

- Storyboardy, případně video ukázky realizace kampaně

Prosím o vysvětlení, co je myšleno „storyboardem“ a co by měl „storyboard“ obsahovat.

Odpověď zadavatele na dotaz č. 28:

Storyboard se používá při představení děje a vizualizace nějakého videa, které se v kampani navrhuje. Storyboard je v podstatě vizuální materiál, který (většinou v reklamě) vzniká při procesu tvorby TV či video spotu. Jedná se o sadu rámečků s obrázky, doplněné texty, která připomíná komiksy. Obrázky mohou být hrubé skici, barevné, ale i fotografie. Storyboard je nástrojem, který pomáhá popsat vizuálně složitou scénu a způsob, jakým scéna pracuje, zobrazuje základní sekvenci spotu či navrhovaného videa.

S pozdravem

JUDr. Jan Mayer
ředitel odboru obchodního
podepsáno elektronicky