

V ý z v a

k podání nabídky na veřejnou zakázku malého rozsahu v souladu s § 27, § 31 a za užití zásad § 6 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, v platném znění (dále jen zákon), Vás žádáme o zaslání nabídky na zakázku:

Příprava a realizace dlouhodobé komunikace značky Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z. s. na webových stránkách a na sociálních sítích Instagram a Facebook

I. Identifikační údaje zadavatele

Zadavatel: **Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z. s.**
se sídlem: Zborovská 81/11, 150 00 Praha 5
jejímž jménem jedná: Mgr. Václav Švenda, předseda spolku
kontaktní osoba: Zuzana Kučerová
e-mail: zuzana.kucerova@prijram.eu
tel.: 778 727 961
IČO: 07384840
DIČ: CZ 07384840

II. Předmět veřejné zakázky

1. Předmět plnění veřejné zakázky
Předmětem zakázky malého rozsahu je příprava a realizace dlouhodobé komunikace značky Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z. s. na webových stránkách a na sociálních sítích Instagram a Facebook.

Požadovaný rozsah služeb:
Jednorázově:
Vytvoření kreativního konceptu komunikace na sociálních sítích

Měsíčně:
Instagram
 - Příprava content planu, příprava 2-3 příspěvků týdně, rešerše a získávání materiálů, analýza hashtagů, grafické práce, příprava 2-3 instastories týdně, denní správa stránky, community management, customer care, plánování a vyhodnocování kampaní, denní analýza výkonu kampaní, reporting;Facebook
 - Příprava 2-3 příspěvků týdně, rešerše a získávání materiálů, analýza témat, denní správa stránky, community management, customer care, plánování a vyhodnocování kampaní, denní analýza výkonu kampaní, reporting;Web
 - Rešerše materiálů a analýza témat, příprava 1-2 textů měsíčně, fotografické a grafické práce, copywriting, editace textu v redakčním systému;Další aktivity
 - Investice do reklamy (Facebook, Instagram), náklady spojené se vznikem obsahu (focení, natáčení krátkých videí, nákup licencovaných fotek apod.).
2. Doba plnění předmětu zakázky
 - Vytvoření kreativního konceptu komunikace na sociálních sítích do 30. 11. 2022
 - Předpokládaný termín realizace dlouhodobé komunikace od 1. 7. 2023 do 31. 12. 2025.
3. Předpokládaná hodnota zakázky: 222.000 Kč/12 měsíců

III. Hodnotící kritéria a způsob hodnocení nabídek

Nabídky budou hodnoceny podle jejich ekonomické výhodnosti.

Metoda vyhodnocení nabídek: hodnocení nabídek bude probíhat na základě nejvýhodnějšího poměru nabídkové ceny a kvality.

Hodnotící kritérium č. 1 - Celková nabídková cena (v Kč bez DPH) – váha kritéria: 40 %

Hodnotící kritérium č. 2 - Kvalita referenčních příspěvků účastníka – váha kritéria: 30 %

Hodnotící kritérium č. 3 – Kvalita předloženého kreativního konceptu komunikace – váha kritéria: 30 %

Způsob hodnocení nabídek:

Ad kritérium č. 1 - Celková nabídková cena (v Kč bez DPH)

Pro hodnocení tohoto hodnotícího kritéria použije zadavatel či příslušná hodnotící komise hodnotu celkové nabídkové ceny (v Kč bez DPH).

Pro hodnocení tohoto dílčího hodnotícího kritéria použije zadavatel či příslušná hodnotící komise bodovací stupnici od 0 do 100 bodů, kdy nejvýhodnější nabídka je ta s nejnižší hodnotou:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{Nejnižší celková nabídka}}{\text{Hodnocená celková nabídka}} \times 100$$

Nejnižší nabídnutá hodnota „Celkové nabídkové ceny (v Kč bez DPH)“ hodnocená v rámci předložených nabídek dodavatelů (účastníků) tak získává 100 bodů. Další nabídky budou hodnoceny snížením počtu bodů v souladu s výše uvedeným způsobem výpočtu.

Ad kritérium č. 2 - Kvalita referenčních příspěvků účastníka

Pro hodnocení tohoto hodnotícího kritéria použije zadavatel či příslušná hodnotící komise kvalitu referenčních příspěvků účastníka (minimálně 1x příspěvek na Facebook a Instagram, 1x blogový článek), kdy tyto referenční návrhy budou účastníkem dodány v příloze nabídky.

Při hodnocení kvality referenčních příspěvků bude každý člen hodnotící komise hodnotit samostatně známkou 1 (představuje nejlepší hodnotu) až 5 (představuje nejhorší hodnotu) z hlediska:

- grafické kvality zpracování,
- obsahové kvality zpracování reflektující znalost dotčeného území.

Následně budou výsledné známky všech členů hodnotící komise u každého hodnoceného referenčního příspěvku zprůměrovány, čímž bude získána Průměrná známka za každý jednotlivý referenční příspěvek. V další fázi budou tyto Průměrné známky za každý jednotlivý referenční příspěvek v rámci nabídky účastníka celkově zprůměrovány, čímž se získá Vážená známka kvality referenčních příspěvků účastníka v rámci nabídky daného účastníka.

Při hodnocení tohoto dílčího kritéria bude tedy hodnocena tato Vážená známka kvality referenčních příspěvků účastníka v rámci nabídky daného účastníka.

Pro hodnocení tohoto dílčího hodnotícího kritéria použije zadavatel či příslušná hodnotící komise bodovací stupnici od 0 do 100 bodů, kdy nejvýhodnější nabídka je ta s nejnižší Váženou známkou kvality referenčních příspěvků účastníka v rámci nabídky daného účastníka:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{Nejvýhodnější nabídka s nejnižší Váženou známkou}}{\text{Hodnocená celková nabídka}} \times 100$$

Nejnižší nabídnutá Vážená známka kvality referenčních příspěvků účastníka hodnocená v rámci předložených nabídek dodavatelů (účastníků) tak získává 100 bodů. Další nabídky budou hodnoceny snížením počtu bodů v souladu s výše uvedeným způsobem výpočtu.

Ad kritérium č. 3 – Kvalita předloženého kreativního konceptu komunikace

Pro hodnocení tohoto hodnotícího kritéria použije zadavatel či příslušná hodnotící komise strategii komunikace, kdy tento podklad bude uveden v Příloze nabídky – Kreativní koncept.

V rámci hodnocení tohoto dílčího hodnotícího kritéria bude každý člen hodnotící komise samostatně hodnotit kvalitu předloženého kreativního konceptu komunikace.

Při hodnocení bude každý člen hodnotící komise hodnotit samostatně známkou 1 (představuje nejlepší hodnotu) až 5 (představuje nejhorší hodnotu) z hlediska:

- kreativity nabízeného řešení (zda je návrh kreativní, vystihuje podstatu prezentované oblasti),
- profesionality (zda je návrh profesionálně zpracovaný, zda odpovídá významu předmětu),
- proveditelnosti (zda návrh splňuje požadavky zadavatele a je proveditelný).

Následně budou výsledné známky všech členů hodnotící komise u každého kreativního konceptu průměrovány, čímž bude získána Vážená známka v rámci nabídky daného účastníka.

Při hodnocení tohoto dílčího kritéria bude tedy hodnocena tato Vážená známka kvality předloženého konceptu v rámci nabídky daného účastníka.

Pro hodnocení tohoto dílčího hodnotícího kritéria použije zadavatel či příslušná hodnotící komise bodovací stupnici od 0 do 100 bodů, kdy nejvýhodnější nabídka je ta s nejnižší Váženou známkou strategie komunikace:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{Nejvýhodnější nabídka s nejnižší Váženou známkou}}{\text{Hodnocená nabídka}} \times 100$$

Nejnižší nabídnutá Vážená známka kreativního konceptu komunikace účastníka hodnocená v rámci předložených nabídek dodavatelů (účastníků) tak získává 100 bodů. Další nabídky budou hodnoceny snížením počtu bodů v souladu s výše uvedeným způsobem výpočtu.

Ad Celkové hodnocení nabídek

V rámci celkového hodnocení nabídek budou bodová hodnocení jednotlivých dílčích hodnotících kritérií specifikovaných výše vynásobena vahou daného dílčího kritéria (vážené bodové hodnocení). Celkové hodnocení je poté součtem bodů dosažených v rámci vážených bodových hodnocení dílčích hodnotících kritérií.

Maximálním celkovým počtem vážených bodů, které může účastník (dodavatel) obdržet v rámci všech dílčích hodnotících kritérií je hodnota 100 bodů.

Nejvýhodnější nabídkou je ta, která získá nejvyšší celkový počet vážených bodů v součtu všech hodnocených dílčích hodnotících kritérií. Maximálním celkovým počtem vážených bodů, které může účastník (dodavatel) obdržet v rámci všech dílčích hodnotících kritérií je hodnota 100 bodů. V případě rovnosti celkového součtu vážených bodů u dvou či více nabídek, rozhoduje o celkovém pořadí nabídek pořadí těchto rovnocenně hodnocených nabídek v kritériu s nejvyšším stupněm významu (vahou).

IV. Požadavky na prokázání kvalifikace dodavatele

1. Základní způsobilost

Základní způsobilost prokáže účastník, který předloží čestné prohlášení o tom, že subjekt nemá daňové nedoplatky, nedoplatky na pojistném či penále na veřejné zdravotní pojištění, sociální zabezpečení nebo na příspěvku na státní politiku zaměstnanosti.

2. Profesní způsobilost

Profesní kvalifikaci prokáže účastník, který předloží prostou kopii aktuálního výpisu z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence ne starší 3 měsíců přede dnem podání nabídky.

V. Podmínky a požadavky na zpracování a doručení nabídky

1. Nabídka bude zpracována v českém jazyce.

2. Identifikace účastníka: jméno/název, sídlo/místo podnikání, kontaktní adresa, IČO, DIČ, bylo-li přiděleno, telefon, e-mail a osoba oprávněná jednat jménem účastníka. Nabídka bude obsahovat následující dokumenty a součástí:

- Krycí list nabídky
- Doklady o prokázání kvalifikace
- Referenční příspěvky
- Kreativní koncept

3. Způsob zpracování nabídkové ceny
Nabídková cena bude v nabídce uvedena v české měně na období v členění:
 - Vytvoření strategie komunikace na sociálních sítích
 - Instagram – nabídková cena/1 h, celková cena
 - Facebook – nabídková cena/1 h, celková cena
 - Webové stránky – nabídková cena/1 h, celková cena
 - Další aktivity – celková cena
4. Zadavatel nabídky ani jejich části nevrací.
5. Zadavatel si vyhrazuje právo všechny předložené nabídky odmítnout.
6. Obsah nabídky je závazný pro uzavření smlouvy.
7. Způsob a termín doručení nabídky: Nabídky musí být doručeny kontaktní osobě zadavatele e-mailem ve lhůtě do 30. 11. 2022 do 12.00 h. Později doručené nabídky nebudou zařazeny do hodnocení nabídek.

V Praze dne 1. 11. 2022

.....
Mgr. Václav Švenda
předseda spolku TO Brdy a Podbrdsko, z. s.

Příloha:

KRYCÍ LIST NABÍDKY – tiskopis k vyplnění

KRYCÍ LIST NABÍDKY

„Příprava a realizace dlouhodobé komunikace značky Turistická oblast Brdy a Podbrdsko, z. s. na webových stránkách a na sociálních sítích Instagram a Facebook“

Název/jméno účastníka	
Adresa účastníka (celá adresa včetně PSČ)	
IČO	
DIČ	
Cena bez DPH [Kč]	
DPH 21% [Kč]	
Celková nabídková cena vč. DPH [Kč]	
Jméno, příjmení a podpis osoby oprávněné jednat za účastníka	