Rzeszów, 16.02.2021r.

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 10/1.4/20
dot. opracowania strategii pozycjonowania marki VISSAVI i sklepu internetowego marki VISSAVI w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań

Zamawiający:
VISSAVI Spółka z ograniczoną odpowiedzialności
Ul. Technologiczna 46
35-312 Rzeszów
Tel: 17 856 72 11
NIP: 8133244202 REGON: 691563191

VISSAVI Spółka z ograniczoną odpowiedzialności zaprasza do złożenia oferty na **opracowanie strategii pozycjonowania marki VISSAVI i sklepu internetowego marki VISSAVI w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań** w ramach projektu pn. „ Wzmocnienie konkurencyjności firmy VISSAVI dzięki wdrożeniu strategii wzorniczej" realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś priorytetowa 1 Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.4 Wzór na konkurencję, Etap II, Wniosek o dofinansowanie projektu nr: POPW.01.04.00-18-0032/19.

Postępowanie prowadzone jest w formie zapytania ofertowego **zgodnie z zasadą konkurencyjności** obowiązującą w ramach Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w zakresie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020.

Postępowanie ofertowe toczy się z zachowaniem zasad wynikających z art. 44 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. z 2009 r., Nr 157, poz. 1240 ze zm.), tj. w sposób celowy i oszczędny, z zachowaniem zasad: uzyskania najlepszych efektów z danych nakładów i optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów.

I. Przedmiot zapytania ofertowego

1.1. Przedmiotem zapytania ofertowego jest:

A. Opracowanie strategii pozycjonowania marki VISSAVI i sklepu internetowego marki VISSAVI w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań

Zakres zamówienia obejmuje:

- Opracowanie briefu projektowego na audyt SEO marki VISSAVI oraz jej kanałów digital pod kątem osiągnięcia wskazanych celów biznesowych,
- Przeprowadzenie audytu oraz przygotowanie strategii pozycjonowania marki VISSAVI i sklepu internetowego marki VISSAVI w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań,
- Ustalenie harmonogramu wdrożenia strategii pozycjonowania marki VISSAVI wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań oraz z propozycją kontroli poszczególnych etapów realizacji wdrażania wytycznych strategicznych,
- Analiza rezultatów wdrożenia strategii pozycjonowania marki VISSAVI i sklepu internetowego marki VISSAVI w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań poprzez regularne gromadzenie danych za pomocą

wyspecjalizowanych systemów analitycznych takich jak np. www.senuto.com, www.ahrefs.com, www.unamo.com

Rezultatem usługi będzie:

1. Przygotowanie raportu opisującego "stan 0" strony i sklepu Vissavi. W raporcie znajdzie się szczegółowa analiza:
   - strony Vissavi pod katem technicznym i UX,
   - aktualnie wykorzystywanych w kampaniach Ads słów kluczowych pod kątem ich dalszego wykorzystania w kampaniach Ads i w pozycjonowaniu,
   - obecnego profilu linków kierujących do domeny, wraz z informacją o wynikających z tego profitach/zagrożeniach
   - aktualnej widoczności strony w wynikach organicznych wraz z listą słów kluczowych (i ich pozycji) na jakie strona się wyświetla,
   - danych znajdujących się na kontach Google Search Console, Google Analytics i Google Tag Manager,
   - 5 największych konkurentów Vissavi w wynikach organicznych. Opracowanie będzie zawierać informacje o nich zebrane pod kątem widoczności, profili linków i rozwiązań wykorzystywanych na stronach.
2. Na podstawie przygotowanej analizy wykonawca zarekomenduje strategię działań, jakie Vissavi powinno podjąć w ramach zwiększania widoczności w wyszukiwarkach internetowych. Strategia powinna zawierać co najmniej elementy takie jak:
   - rekomendacja ulepszeń strony pod kątem technicznym i UX z określeniem priorytetów i rekomendacją harmonogramu wdrożenia,
   - ocena jakości słów kluczowych wykorzystywanych w kampaniach Ads, rekomendacja zachowania ich lub wykorzystania nowych słów kluczowych i estymacja wzrostu skuteczności kampanii z ich wykorzystaniem,
   - dobór 1000 słów kluczowych z wykorzystaniem analizy konkurencji dla asortymentu sklepu online https://vissavi.pl, które będą wykorzystywane w kampaniach Google Ads i przygotowanie estymacji wzrostu skuteczności kampanii z ich wykorzystaniem, która będzie zawierała takie wskaźniki:
     - analiza wskaźników: CPC, CPA, CTR, ROAS, % udziału w wyświetleniach, liczba konwersji, współczynnik konwersji, koszt konwersji
     - analiza: śr. wartości koszyka, porzuconych koszyków,
     - analiza: % zapytań dotyczących sklepów stacjonarnych vs oferty online.
     - dla wybranych słów kluczowych w okresie 12 miesięcy prowadzenia kampanii z podziałem na kwartały.
   - ocena jakości słów kluczowych wykorzystywanych do pozycjonowania strony, rekomendacja zachowania ich lub wykorzystania nowych i estymacja wzrostu sprzedaży powiązana ze wzrostem widoczności na wybrane słowa,
   - Dobór 300 słów kluczowych z wykorzystaniem analizy konkurencji dla asortymentu sklepu online https://vissavi.pl, które będą wykorzystywane w kampanii SEO i przygotowanie estymacji wzrostu skuteczności kampanii SEO z ich wykorzystaniem, która będzie zawierała takie wskaźniki jak estymowany wzrost pozycji poszczególnych słów kluczowych, wzrost ruchu organicznego i CTR w okresie 12 miesięcy prowadzenia kampanii z podziałem na kwartały.
   - rekomendacja działań SEO w minimum 3 wariantach: miesięcznego budżetu na linkowanie strony oraz niezbędnych działań dodatkowych, wraz z estymacją wzrostu widoczności. Rekomendacje dotyczące miesięcznej ilości i rodzaju linków pozyskiwanych dla strony https://vissavi.pl, które zapewnią wzrost organicznej widoczności strony w okresie 12 miesięcy w 1 wariancie budżetowym: w TOP3 o 50%, w TOP10 o 100% i w TOP50 o 200%, 2 wariancie budżetowym: w TOP3 o 100%, w TOP10 o 200% i w TOP50 o 300%, 3 wariancie budżetowym: w TOP3 o 150%, w

TOP10 o 300% i w TOP50 o 400% w okresie 12 miesięcy prowadzenia kampanii z podziałem na kwartały.

- rekomendacja prowadzenia kampanii Ads w minimum 3 wariantach: miesięcznego budżetu oraz niezbędnych działań dodatkowych, wraz z estymacją wzrostu skuteczności kampanii. Rekomendacje dotyczące wyboru najskuteczniejszych słów kluczowych, rodzajów kampanii Google Ads i miesięcznego budżetu jaki należy przeznaczyć na te kampanie dla strony https://vissavi.pl, które zapewnią wzrost sprzedaży w sklepie w okresie 12 miesięcy w 1 wariancie budżetowym: o 100%, 2 wariancie budżetowym: o 200%, 3 wariancie budżetowym: o 300%.
- przygotowanie rekomendacji dotyczących wdrożenia analityki: oceny obecnego wdrożenia i zalecenia dla wdrożenia na nowej wersji strony. Rekomendacja powinna zawierać opracowanie obu wersji GA (Universal i 4) w celu przygotowania się do zmiany narzędzia i aby zachować ciągłość zbierania prawidłowych danych, potrzebnych do prawidłowej analizy oraz optymalizacji całościowych działań marketingowych oraz instrukcję przeprowadzenia poprawnego wdrożenia. Zalecenia powinny zawierać informacje dotyczące między innymi wdrożenia enhance e-commerce z uwzględnieniem zdarzeń w sklepie:
  - kliknięcie listę promocyjnych produktów
  - wyświetlenie listy produktów
  - kliknięcie w produkt
  - wyświetlenie szczegółów produktu
  - dodanie produktu do koszyka
  - dodanie do listy zakupów
  - usunięcie produktu z koszyka
  - wyświetlenie podsumowania koszyka
  - rozpoczęcie zakupu
  - dodanie danych o dostawie
  - dodanie płatności
  - finalizacja transakcji

3. Przygotowanie niezbędnych zaleceń pod linkbuilding oraz przygotowanie dokładnej strategii linkowania na okres 12 miesięcy dla sklepu https://vissavi.pl/, którą będzie można wykorzystać do wdrożenia procesu pozycjonowania w sklepie z uwzględnieniem wybranego wariantu budżetowego. Strategia pod linkbuilding powinna uwzględniać:
   - przygotowanie rozpiski linkowania na 12 miesięcy z podziałem miesięcznym, która będzie uwzględniała ilość linków i rodzaje stosowanych anchorów w linkach, a także adresy podstron zawartych w sklepie https://vissavi.pl/ które powinny być uwzględnione w linkowaniu,
   - zalecenia przygotowania niezbędnej ilości artykułów zoptymalizowanych pod SEO, które zostaną wykorzystane w procesie pozycjonowania. Każdy z artykułów powinien mieś określone parametry takie jak: zoptymalizowane tytuły i śródtytuły, długość, najważniejsze słowa kluczowe w treści pokrywające się z linkowanym słowem kluczowym i wskazanie jaka podstrona w sklepie ma być linkowana z danego artykułu i na jaki anchor tekstowy, a także wskazany serwis zewnętrzny gdzie artykuł zostanie opublikowany,
   - przygotowanie bazy serwisów zewnętrznych w których będą publikowane artykuły z podziałem miesięcznym w okresie 12 miesięcy,

1.2 Opis Zamawiającego

VISSAVI to polska marka istniejąca na rynku od 2001 roku. Skierowana jest do kobiet młodych, dynamicznych, ceniących sobie oryginalny styl i dobrą jakość noszonych ubrań. Kolekcje VISSAVI łączą w sobie komfort użytkowania oraz niebanalne wzornictwo. Ubrania tworzone są z intencją

aby kobieta czuła się w nich pięknie i wyjątkowo. Oferta firmy zawiera: sukienki, bluzki, spódnice, spodnie, płaszcze, kurtki, swetry, żakiety. Wszystkie ubrania marki VISSAVI produkowane są w Polsce.

GRUPA DOCELOWA
-KOBIETY W WIEKU 18-25
Persona: Klientka w wieku 18-25 to dziewczyna, która na co dzień ubiera się w sieciówkach, szuka modnych rzeczy, które ogląda na blogach. Poluje na promocje, ale na tzw. okazje szuka rzeczy, w których będzie wyglądała nie tylko modnie, ale również kobieco.
Zalety:

- niewymagająca jakości
- wczesne budowanie przywiązania do marki

Wymagania:

- duża wrażliwość modowa
- skłonna wydać 100-200 zł
- wymaga dopasowania oferty (kroje, trendy)
- wymaga intensywnej, atrakcyjnej komunikacji marketingowej.

-KOBIETY W WIEKU 25+
Persona: Klientka w wieku 25+ to kobieta znajdująca się już na drodze życia zawodowego. Niezależnie czy jest w związku, czy poszukuje relacji zwraca uwagę na swoją atrakcyjność. W sytuacjach okazjonalnych chce czuć się efektownie i kobieco, nie boi się odważnych kolorów i fasonów, chce przyciągać uwagę i podkreślać kobiecość. W sytuacjach zawodowych szuka rozwiązań klasycznych i bezpiecznych. Uważa, że ubiór ma jej pomóc w kreowaniu profesjonalnego wizerunku.
Zalety:

- duży potencjał zakupowy ze względu na moment życia (zaczyna inwestować w szafę)

Wymagania:

- umiarkowana wrażliwość modowa, odwzorowania trendów
- ceni wygodę i luz,
- woli inwestować w zestawy ubrań,
- skłonna wydać 200-300 zł

-KOBIETY W WIEKU 35+
Persona: Klientka w wieku 35+ posiada w dużej mierze ukształtowaną drogę zawodową. Jej estetyka nie jest ukształtowana wielkomiejsko i w sferze ubioru poszukuje bezpiecznych rozwiązań. Pracuje, posiada rodzinę lub planuje ją założyć. Zakupów dokonuje bardziej racjonalnie. Jest na etapie domu, dzieci i stopniowej zmiany priorytetów. Bardziej zwraca uwagę na jakość i funkcjonalność, czy też wielkookazyjność kupowanych rzeczy. Chce wyglądać kobieco, ale niekoniecznie bardzo oryginalnie. Bardziej zwraca uwagę na fason, który podkreśli walory sylwetki i ukryje niedoskonałości.
Zalety:

- docenia jakość, skłonna wydać więcej,
- mniej wrażliwa na zmieniające się szybko trendy,
- większe spectrum potrzeb (okazja, ale także praca, weekend)

Wymagania:

- poszerzenie oferty produktowej
- poprawa jakości
- umiejętna interpretacja trendów
- fasony dostosowane do dojrzałej sylwetki
- komfort zakupów, obsługi, doradztwa
- skłonna wydać 200-300 zł

II. WYMAGANIA W STOSUNKU DO KADRY ODPOWIEDZIALNEJ ZA REALIZACJĘ ZADANIA

Zespół odpowiedzialny za opracowanie strategii pozycjonowania marki VISSAVI i sklepu internetowego marki VISSAVI w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań VISSAVI składać się powinien co najmniej z następujących specjalistów:

- Specjalista ds. SEM/SEO – 2 osoby

Minimalne wymagania co do członków zespołu to:

- 5-cio letnie doświadczenie zawodowe w zakresie prowadzenia kampanii SEM/SEO,

Wyżej wskazane wymagania będą weryfikowane na podstawie przedłożonego CV osób.

I. SPOTKANIA INFORMACYJNE

Usługi powinny odbywać się przy aktywnej współpracy ze Zleceniodawcą. W związku z powyższym w trakcie realizacji usług konieczne będą spotkania konsultacyjne (minimum 4 spotkania) Wykonawcy z przedstawicielami Zleceniodawcy.
Wymagania w zakresie spotkań konsultacyjnych:

- Każde spotkanie trwać będzie co najmniej 180 minut,
- Zamawiający o spotkaniu winien powiadomić Wykonawcę co najmniej 2 dni robocze przed planowanym terminem spotkania. W trakcie realizacji usługi Wykonawca może maksymalnie dwa razy dokonać zmiany terminu spotkania ustalonego przez Zamawiającego.

II. KODY CPV PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

- 85312320-8 – Usługi doradztwa,
- 73220000-0 – Usługi doradcze w zakresie rozwoju,
- 79340000-9 – Usługi reklamowe i marketingowe.

III. TERMIN WYKONANIA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Usługa musi zostać zrealizowana do 31.05.2021 r.
Niedotrzymanie ww. terminów wiązało się będzie z naliczaniem kar umownych w wymiarze 200 PLN za każdy przekroczony dzień. W przypadku, gdy opóźnienie na jakimkolwiek etapie realizacji zamówienia przekroczy 30 dni Zamawiający zastrzega sobie możliwość rozwiązania umowy z winy Wykonawcy.
Planowany termin podpisania umowy – luty 2021

IV. WARUNKI UDZIAŁ W POSTĘPOWANIU

1. O realizację powyżej opisanej usługi mogą ubiegać się wszystkie podmioty, które posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie opracowania strategii pozycjonowania – oferenci muszą spełniać wszystkie poniższe wymagania:
    a. Posiadają co najmniej 5-letnie doświadczenie w obszarze prowadzenia kampanii reklamowych i pozycjonowania marki i sklepu internetowego w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań.
    b. W ciągu ostatnich 5 lat zrealizowali co najmniej 3 usługi prowadzenia kampanii reklamowych lub pozycjonowania marki i sklepu internetowego w wyszukiwarkach internetowych wraz z propozycjami kluczowych słów i sformułowań, gdzie wartość każdej usługi wyniosła co najmniej 20 000 PLN.
    c. W ciągu ostatnich 5 lat zrealizowali co najmniej 5 kampanii SEM/SEO dla branży fashion,

Kryterium uznaje się za spełnione jeśli oferent przedstawi dokumenty od nabywców potwierdzające doświadczenie w realizacji ww. usług.

Zamawiający dopuszcza przedstawienie tego załącznika w formie listy referencyjnej stanowiącej załącznik nr 3 do niniejszego zapytania ofertowego. Zamawiający wymaga spełnienia niniejszego warunku w okresie nie dłuższym niż 5 lat poprzedzające datę złożenia oferty.
Zamawiający zastrzega, iż przed podpisaniem umowy może wymagać od Oferenta potwierdzenia w formie referencji informacji podanych na liście referencyjnej. W takim wypadku Oferent zobowiązany będzie do przedstawienia do wglądu Zamawiającego szczegółowych referencji potwierdzających spełnienie przedstawionego kryterium. W przypadku, gdy wybrany Oferent nie przedstawi referencji spełniających ww. warunki Zamawiający odstąpi od podpisania umowy.

2. Dysponują kadrą, która posiada doświadczenie spełniające wymagania wskazane w niniejszym zapytaniu ofertowym.
3. Wykonawca zobowiązuje się nadzorować wdrożenie przygotowanej strategii przez VISSAVI i przez kolejnych 6 miesięcy od rozpoczęcia prac co miesiąc przygotowywać raport zawierający:
   - bieżącą analizę poprawności wdrożenia strategii z podziałem na działania związane z optymalizacją strony, analityką, pozycjonowaniem i kampaniami Google Ads,
   - w przypadku znalezienia uchybień rekomendacje sposobu poprawienia błędów,
   - w przypadku gdyby pomimo poprawnego wdrożenia strategii efekty działań były słabsze niż estymacje wykonawca zarekomenduje alternatywne działania jakie będzie mogło podjąć VISSAVI.
   - Wykonawca zapewni też comiesięczne konsultacje z zakresu SEO/SEM w wymiarze do 10h miesięcznie w przypadku gdyby ze strony VISSAVI pojawiły się pytania dotyczące sposobu wdrożenia wybranej strategii.
4. Wykonawca zobowiązuje się do przeprowadzania konsultacji z zakresu pozycjonowania i prowadzenia kampanii Ads poza głównym harmonogramem,
5. Nie są powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, tzn. nie występują wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:
   • uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
   • posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji;
   • pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
   • pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

V. WARUNKI DODATKOWE

a) Prowadzenia dokumentacji zgodnie z wytycznymi obowiązującymi dla Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020.
b) Poddania się niezapowiedzianym kontrolom przez PARP bądź inne instytucje zaangażowane w proces zarzadzania funduszami UE.
c) Wykonawca po zrealizowaniu usługi przeniesie na Zamawiającego całość praw autorskich, majątkowych, twórczych i praw zależnych w zakresie wszelkich utworów powstałych w wyniku przeprowadzenia usługi.
d) Do opracowanych materiałów w ramach usługi uwagi wnosić może Zamawiający - Wykonawca winien uwzględnić wskazane uwagi i zastrzeżenia.
e) W ramach wynagrodzenia za świadczoną usługę doradczo - projektową Wykonawca winien skalkulować wszelkie koszty ponoszone w związku z realizacją usługi m.in.:
   - wynagrodzenie Wykonawcy,
   - opracowanie i wydruk materiałów dotyczących procesu projektowego,

- co najmniej 4-krotny dojazd do Zamawiającego (w związku z koniecznością zrealizowania spotkań konsultacyjnych),
- wydatki bieżące związane z pracą Wykonawcy – telefon, materiały biurowe itp.

f) Zamawiający zastrzega sobie możliwość prowadzenia bieżącego nadzoru na każdym etapie realizacji zamówienia. Sposób i rodzaj nadzoru będą doprecyzowane przed podpisaniem umowy.

VI. WYMAGANE ZAŁĄCZNIKI

Oferent, aby mógł ubiegać się o realizację powyższego zlecenia musi dołączyć do formularza oferty następujące załączniki:

1. Aktualny wypis z KRS lub wypis z ewidencji działalności gospodarczej lub inny dokument zaświadczający o prowadzonej działalności, nie starszy niż trzy miesiące
2. CV osób dedykowanych do realizacji usługi spełniających wymogi wskazane w niniejszym zapytaniu ofertowym. W przypadku zaangażowania osób na podstawie umów cywilnoprawnych należy przedstawić deklaracje tych osób w zakresie współpracy wraz z informacją, iż posiadają one wiedzę o składanej ofercie. Wymóg ten nie obowiązuje w przypadku wykazywania osób zatrudnionych na podstawie umów o pracę bądź właścicieli/wspólników Oferenta.
3. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – załącznik nr 2 do niniejszego zapytania ofertowego.
4. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie prowadzenia kampanii i pozycjonowania– załącznik nr 3 do niniejszego zapytania ofertowego

Powyższe załączniki należy przedstawić w oryginale lub poświadczyć za zgodność z oryginałem. W przypadku przedstawienia kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem wybrany Oferent będzie zobowiązany przed podpisaniem umowy do przedstawienia oryginałów tych dokumentów.

VII. KRYTERIUM WYBORU OFERT

Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą, zgodnie z poniższymi kryteriami:
Wybór oferty:

WYMOGI OGÓLNE

A. Cena – 50 punktów
B. Ilość spotkań konsultacyjnych – 20 punktów
C. Ilość osób dedykowanych do realizacji usługi – 30 punktów

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:
Ocena=A+B+C, gdzie:

Ad. A Kryterium Cena zostanie ocenione wg następującego wzoru:
(Najniższa zaproponowana cena/Cena badanej oferty) x 50
Maksymalna liczba punktów jaką może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi 50 punktów.

Przy czym, jeżeli cena oferty wyda się rażąco niska w stosunku do przedmiotu zamówienia i budzić będzie wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającego z odrębnych przepisów, w szczególności jest niższa o 30% od wartości zamówienia lub średniej arytmetycznej cen wszystkich ofert, Zamawiający zwróci się o udzielenie wyjaśnień w określonym terminie dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny, spoczywa na Wykonawcy. Zamawiający oceniając wyjaśnienia, bierze pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności oszczędność metody wykonania zamówienia, wybrane rozwiązania techniczne, wyjątkowo sprzyjające warunki

wykonania zamówienia dostępne dla Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów. Zamawiający odrzuca ofertę wykonawcy, który nie złożył wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

Ad. B Kryterium Ilość spotkań konsultacyjnych zostanie ocenione wg następującego wzoru:

- 8 i więcej spotkań konsultacyjnych - 20 punktów
- 7 spotkania konsultacyjne - 15 punktów
- 6 spotkania konsultacyjne - 10 punktów
- 5 spotkania konsultacyjne – 5 punktów
- Minimum 4 spotkania konsultacyjne – 0 punktów

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi 20 punktów.

Ad. C Kryterium Ilość osób dedykowanych do realizacji usługi zostanie ocenione wg następującego wzoru:

- 5 osób spełniających wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym i posiadające doświadczenie w prowadzeniu kampanii SEM/SEO dla branży Fashion – 30 punktów
- 4 osoby spełniające wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym i posiadające doświadczenie w prowadzeniu kampanii SEM/SEO dla branży Fashion – 20 punktów
- 3 osoby spełniające wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym i posiadające doświadczenie w prowadzeniu kampanii SEM/SEO dla branży Fashion – 10 punktów
- 2 osoby spełniające wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym i posiadające doświadczenie w prowadzeniu kampanii SEM/SEO dla branży Fashion – 0 punktów

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi 30 punktów.

Punkty uzyskane przez ofertę w ocenie oferty w Kryterium A, Kryterium B i Kryterium C zostaną dodane do siebie i na tej podstawie zostanie obliczona łączna ocena oferty. Oferta w łącznej ocenie oferty może uzyskać maksymalnie 100 punktów.
Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyska największą ilość punktów w łącznej ocenie ofert (łączna suma punktów uzyskanych przez Wykonawcę w kryterium A, B i C). Punkty będą liczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

VIII. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA I SKŁADANIA OFERT

a) Ofertę należy przedstawić na załączonym do zapytania ofertowego formularzu,
b) Nieodłączny element oferty stanowią załączniki wymagane w pkt. VIII niniejszego zapytania ofertowego,
c) Oferta może być wypełniona odręcznie lub komputerowo, jednak w przypadku wypełnienia odręcznego należy tego dokonać dużymi drukowanymi literami w sposób czytelny,
d) Oferta musi być podpisana przez osobę do tego upoważnioną, która widnieje w Krajowym Rejestrze Sądowym, wypisie z ewidencji działalności gospodarczej lub innym dokumencie zaświadczającym o jej umocowaniu prawnym,
e) Wszystkie strony oferty wraz z załącznikami muszą być trwale spięte,
f) Wszelkie poprawki lub zmiany w treści muszą być parafowane przez osobę podpisującą ofertę,
g) Każdy z Wykonawców może złożyć tylko jedną ofertę,
h) Zamawiający odrzuci ofertę niespełniającą warunków formalnych lub złożoną po terminie. Wykonawcy z tego tytułu nie przysługują żadne roszczenia,

i) Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych i ofert wariantowych,
j) Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany lub uzupełnienia treści niniejszego zapytania ofertowego przed upływem terminu na składanie ofert. Informacja o wprowadzeniu zmian lub uzupełnienia treści zapytania ofertowego zostanie przekazana Oferentom niezwłocznie w formie pisemnej (e-mail), jak również zostanie opublikowana na stronie internetowej Zamawiającego pod adresem www.vissavi.pl oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeeuropejskie.gov.pl.
k) Zamawiający zastrzega sobie prawo odwołania lub unieważnienia oraz zakończenie postępowania bez wyboru Wykonawcy, bez podania przyczyn.
l) Administratorem danych osobowych, które znajdą się w formularzu ofertowym oraz załącznikach do oferty jest VISSAVI Sp. z o.o., ul. Technologiczna 46, 35-312 Rzeszów (dalej VISSAVI). VISSAVI będzie przetwarzał dane osobowe w określonych celach, np. analizy przedłożonej oferty, zawarcia i realizacji umowy. Każdy Oferent ma prawo zażądać dostępu do treści danych, które go dotyczą – poprawić je, zaktualizować, sprostować, przenieść, usunąć lub ograniczyć ich przetwarzanie. Każdy Oferent może też wnieść sprzeciw wobec przetwarzania udostępnionych danych osobowych. Każdy z Oferentów ma prawo do wycofania wyrażonej zgody. Wycofanie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania danych sprzed wycofania zgody. Jeśli Oferent ma wątpliwości, czy dane są prawidłowo przetwarzane przez VISSAVI, to może wnieść skargę do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

Jakiekolwiek odstępstwo od sposobu przygotowania oferty wraz z załącznikami jest równoznaczne z jej odrzuceniem, ze względu na niespełnienie kryteriów formalnych.

Ofertę należy złożyć na jeden z poniższych sposobów:
- Za pośrednictwem bazy konkurencyjności znajdującej się pod adresem https://bazakonkurencyjnosci.funduszeeuropejskie.gov.pl/
- Osobiście, pocztą, listem poleconym, kurierem na adres firmy Zamawiającego, tj. Ul. Technologiczna 46, 35-312 Rzeszów.

Ofertę należy złożyć w zamkniętej kopercie, opieczętowanej pieczęcią firmową Oferenta, adresem Zamawiającego (podanym poniżej) oraz zapisem: OFERTA NA OPRACOWANIE STRATEGII POZYCJONOWANIA MARKI VISSAVI.

Oferta musi zostać złożona w nieprzekraczalnym terminie, do dnia 24.02.2021 r., do godz. 15:30. W przypadku złożenia oferty drogą pocztową, decyduje godzina wpływu oferty.

Otwarcie ofert nastąpi w dniu 24.02.2021 r. o godz. 16.00 w siedzibie Vissavi, Ul. Technologiczna 46, 35-312 Rzeszów. Bezpośrednio przed otwarciem ofert Wykonawcy zostaną poinformowani o kwocie jaką Zamawiający przeznaczył na sfinansowanie zamówienia.

Wykonawcy zostaną poinformowani w trakcie spotkania o ilości złożonych ofert, nazwach i adresach Wykonawców, cenach poszczególnych ofert, a także i informacjach dotyczących pozostałych kryteriów oceny ofert.
W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kontakt z Panią Aliną Blok, e-mail: alina@vissavi.pl.

IX. TERMIN WAŻNOŚCI OFERTY

Wykonawca jest związany ofertą przez okres 40 dni kalendarzowych od dnia upływu terminu składania ofert.

X. WYKLUCZENIE

1. Wykluczone zostaną oferty niespełniające wymogów, w tym oferty złożone po terminie składania ofert.
2. Zamówienie może być udzielone wyłącznie podmiotom, które nie są powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, tzn. nie występują wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:
   - Uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
   - Posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
   - Pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
   - Pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

XI. WARUNKI ZMIANY UMOWY

Zamawiający przewiduje możliwość wprowadzenia istotnych zmian postanowień zawartej umowy z wybranym Wykonawcą w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy. Zmiany muszą być dokonywane w formie pisemnych aneksów do umowy podpisanej przez obie strony, pod rygorem nieważności.
Zamawiający zastrzega, iż może unieważnić postępowanie ofertowe na każdym jego etapie, bez podania przyczyn.

XII. ZAŁĄCZNIKI

1. Formularz ofertowy – załącznik nr 1
2. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – Załącznik nr 2
3. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie opracowania strategii komunikacji – Załącznik nr 3