

Otázky a odpovede

1. Otázka záujemcu:

Existujúci užívatelia (140k) - aký kontakt na nich máme? Mail? Poštová adresa? Ak máme kontakt, máme aj ich súhlas na komunikáciu?

Odpoveď:

Máme možnosť priameho kontaktu cez UPVS schránku (elektronická schránka na portály Slovensko.sk), ale spôsob komunikácie cez UPVS schránku má svoje technické limity. Zväčša je možné poslať iba plain text.

2. Otázka záujemcu:

Ak budeme rozmyslať aj nad akvizíciou nových používateľov, aký typ cieľovej skupiny oslovieme?

Odpoveď:

Primárna cieľová skupina, na ktorú sa v rámci tejto kampane chceme zamerať, sú právnikovia, účtovníci, daňoví poradcovia – v zásade podnikatelia, ktorí musia komunikovať so štátom elektronickou formou. Do budúcnosti samozrejme rátame s oslovením širšej cieľovej skupiny - bezneho, digitálne zdatného občana, ktorý môže využívať jednoduchý systém komunikácie so štátom a uradiť priamo cez mobilnú aplikáciu. Na túto druhú cieľovú skupinu sa však v rámci nastavenia tejto kampane nechceme upriamiť, nakoľko aplikácia v aktuálnom stave nemá k dispozícii služby/benefity pre bezneho občana (fyzickú osobu).

3. Otázka záujemcu:

Otázka je o rozdelení celkového rozpočtu na reklamný rozpočet a produkčný rozpočet, keďže sú v návrhu uvedené dve sumy a to 69 000 a 140 000, nie je úplne jasné, ako plánujete daný rozpočet využiť.

Odpoveď:

Vo Výzve na predkladanie ponúk (ďalej ako „Výzva“) v bode 10, je uvedené nasledovné: Verejný obstarávateľ si vyhradzuje právo neprijíť ponuku, ak navrhovaná cena v predloženej ponuke (kritérium č. 1) bude vyššia ako 69 000 eur bez DPH.

V prílohe č. 1 Výzvy v bode 4 uvádzame: „Pre informáciu uvádzame, že na nákup mediálneho priestoru pre komunikačnú stratégiu aplikácie Slovensko v mobile bude použitých maximálne 140 000 EUR bez DPH. **Nákup mediálneho priestoru nie je predmetom tejto zákazky.**“

Z toho vyplýva, že suma do 69 000 eur bez DPH sa týka danej zákazky na Návrh dlhodobej komunikačnej stratégie a kreatívneho konceptu, Produkcie, Návrhu časového plánu spúšťania komunikácie.

Suma na nákup mediálneho priestoru je uvedená z dôvodu ohraničenia a usmernenia finančného limitu na danú kampaň pre súťažiacie agentúry, ktoré na základe tejto informácie lepšie zväžia návrh umiestnenia kampane do vhodných médií.

4. Otázka záujemcu:

Otázka je ohľadne financovania zákazky. V zmluve je uvedené, že po schválení kampane schvalovacím protokolom je možné vystaviť faktúru so splatnosťou 60 - dní. Chcela by som sa informovať, či je to 60-dní po doručení komunikačnej stratégie, alebo po ukončení celkovej kampani. V prípade, že by sa jednalo o úhradu po skončení kampane, chcela by som sa informovať na postupné financovanie zákazky

Odpoveď:

V čl. IV odseku (bode) 3 Rámcovej dohody (ďalej aj ako „RD“) sa uvádza, cit.: *"Poskytovateľ je oprávnený najskôr 5 dní po dni riadneho a včasného poskytnutia služieb v rozsahu uceleného celku služieb uvedených v článku II ods. 3 vyhotoviť faktúru za poskytnuté služby. Faktúra musí obsahovať náležitosti podľa § 74 zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov. Poskytovateľ doručí faktúru Objednávateľovi prostredníctvom ústredného portálu verejnej správy elektronickou formou alebo v písomnej podobe a tiež v elektronickej podobe na e-mailovú adresu oprávnenej osoby Objednávateľa podľa čl. XII bodu 1 tejto Rámcovej dohody, ako aj na emailovú adresu: fakturacia@mirri.gov.sk. Neoddeliteľnou súčasťou faktúry vystavenej Poskytovateľom musí byť Akceptačný protokol"*.

Podľa dotknutého čl. II odseku (bodu) 3 RD, cit.: *"Bližšia definícia služieb z bodu 2 tohto článku sa nachádza v Prílohe č. 1 "Východiská a požiadavky zákazky" a v Prílohe č. 2 Prezentácia: "Mobilná aplikácia: Slovensko v mobile". Ďalej sa služby z bodu 2 tohto článku uvádzajú už len ako "služby"*".

V čl. II odseku (bodu) 2 RD sa uvádza, cit.: *"Poskytovateľ sa zaväzuje riadne a za podmienok a spôsobom určeným v tejto Rámcovej dohode poskytnúť Objednávateľovi služby spojené s dodaním nasledovného:*

1. *návrh komunikačnej stratégie a kreatívneho konceptu,*
2. *návrh časového plánu kampane,*



3. výroba a produkcia kampane".

Službami "v rozsahu uceleného celku služieb" je potrebné rozumieť ucelené celky služieb podľa čl. II odseku (bodu) 2 RD, a teda: "návrh komunikačnej stratégie a kreatívneho konceptu", "návrh časového plánu kampane, "výroba a produkcia kampane". Najskôr 5 dní po dni riadneho a včasného poskytnutia ktoréhokoľvek z týchto troch ucelených celkov služieb je Poskytovateľ oprávnený vyhotoviť faktúru za dané služby, pričom neoddeliteľnou súčasťou faktúry vystavenej Poskytovateľom musí byť Akceptačný protokol, riadne potvrdený oprávnenou osobou Objednávateľa. Zároveň upozorňujeme na čl. IV odsek (bod) 11 RD, podľa ktorého, cit.: *"Zmluvné strany sa dohodli, že na vykonanie služieb v zmysle a za podmienok uvedených v tejto Rámcovej dohode Objednávateľ neposkytne Poskytovateľovi žiadny preddavok ani zálohové platby"*.

5. Otázka záujemcu:

Otázka, v podkladoch je definovaný návrh na dlhodobú komunikačnú stratégiu ale nevidím presne definovaný časový horizont vrámci správy marketingovej komunikácie a chcela by som Vás požiadať o upresnenie.

Odpoveď:

V rámci aktuálnej výzvy počítame so správou marketingovej komunikácie na obdobie 10 mesiacov tak, ako sa uvádza v bode 6. Výzvy: „Rámcová dohoda bude uzavretá na obdobie 10 mesiacov odo dňa jej účinnosti.“

To znamená, výstup, ktorý očakávame je vytvorenie dlhodobej komunikačnej stratégie, ktorá bude do budúca počítať aj s rozšírením cieľovej skupiny a pridávaním ďalších funkcionalít. V rámci správy marketingovej komunikácie však počítame s obdobím 10 mesiacov od podpisu Rámcovej dohody.