

Összegezés az ajánlatok elbírálásáról

Médiatervezési és médiavásárlási, valamint az ehhez szükséges ügynökségi szolgáltatások ellátása

1. Az ajánlatkérő neve és címe:

Diákhitel Központ Zrt.
1027 Budapest, Kacska u. 15-23.

2. A közbeszerzés tárgya és mennyisége:

Az ajánlattevő feladata a Diákhitel Központ Zrt. kommunikációjához kapcsolódó médiatervezési és médiavásárlási, valamint az ehhez szükséges ügynökségi szolgáltatások ellátása.

A feladat meghatározása

a) Ajánlatkérő marketing kommunikációs stratégiáján, és az abban megfogalmazott üzenetek tekintetében adekvát

a1) média stratégiaalkotás

a2) médiatervezés

a3) médiavásárlás (beleértve az országos médiakampányokhoz médiavásárlást, online médiavásárlást (online PR kampányt, közösségi media-, web2 kampány tervezését és kivitelezését, webdesign, arculat és banner tervezését)) is. A megrendelések teljesítése során a kampány jellemzőihez igazodva kell a médiavásárlásokat lebonyolítani, és adott esetben 3 vagy több országos médiában történő megjelentetés szükséges.)

b) A médiavásárlás teljes dokumentálása, támpéldányok, közterületi független igazolások gyűjtése, rendszerezése és átadása, adathordozón való rögzítés, adathordozók átadása.

Keretösszeg: nettó 143,3 millió forint, amelyből 43,3 millió forint opció.

3. A választott eljárás fajtája:

Kbt. Második Rész szerinti nyílt közbeszerzési eljárás.

4.* Hirdetmény nélküli tárgyalásos eljárás esetén az eljárás alkalmazását megalapozó körülmények ismertetése: -.

5.* Hivatkozás az előzetes összesített tájékoztatóra, illetőleg az időszakos előzetes tájékoztatóra és közzétételének napja: -.

6. Hivatkozás az eljárást megindító, illetőleg meghirdető hirdetményre (felhívásra) és közzétételének/megküldésének napja:

2014/S 105-185103, 2014.06.03.

7. a) Eredményes volt-e az eljárás: igen.

b)* Eredménytelen eljárás esetén az eredménytelenség indoka, valamint a Kbt. 76. § (1) bekezdés d) pontja szerinti eredménytelenségi esetben a közbeszerzésre tervezett anyagi fedezet összege, és annak megadása, hogy az mikor és milyen okból került elvonásra, átcsoportosításra: -.

c)* Az eredménytelen eljárást követően indul-e új eljárás: -.

8. A benyújtott ajánlatok száma (részajánlat-tételi lehetőség esetén részenként): egy.

9. a) Az érvényes ajánlatot tevők neve, címe, alkalmasságuk indokolása és ajánlatuknak az értékelési szempont – az összességében legelőnyösebb ajánlat kiválasztása esetén annak részszerpontjai – szerinti tartalmi eleme, illetőleg elemei (részajánlat-tételi lehetőség esetén részenként):

Az elbírálás részszerpontjai	Az ajánlattevő neve: I.M.G. Inter Media Group Kft. címe: 1021 Budapest, Húvösvölgyi út 54., 6. épület
Ajánlat:	
1. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Megyei napilapok	67 075
2. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Országos napilapok	38 660
3. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Heti- kétheti és havilapok	89 090
4. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Közterület	71 650
5. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Online	162 950
6. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Rádió	35 015
7. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Televízió	33 361,25
8. Közösségi média felületek (összesen),	40 100
9. Egyéb, a táblázatban nem szereplő médiafelületre vonatkozó ügynökségi kedvezmény alapján elérhető net-net ár mértéke	6 500
10. Média stratégia megalapozottsága, kidolgozása	célcsoport meghatározása, fogyasztói szokások figyelembevétele, médiahasználati szokások vizsgálata, összhang a briefingben meghatározott célokkal, megoldási javaslat a meghatározott célokra
11. Piacismeret, médiakörnyezet átfogó ismerete és beépítése a média stratégiába.	Erősségek/ gyengeségek bemutatása; elérési és affinitás vizsgálat; együttes hatások vizsgálata
12. Kommunikációs csatornák várható hatékonysági mutatói, szegmentált célcsoport elérésének tekintetében, iparági közönségmérő eszközök alapján.	Használt kommunikációs csatornák, elérési adatok a célcsoportra; költséghatékonyság; médiahasználat, értelmezése
13. Alternatív média javaslatok kidolgozása, értékelése	Alternatív médiahasználat indokolása; együttműködésük a hagyományos eszközökkel

Az Ajánlattevő a felhívás szerint igazolta a gazdasági és pénzügyi, valamint műszaki, illetve szakmai alkalmasságát.

b)** Az a) pont szerinti ajánlatok értékelése a következő táblázatba foglalva (részajánlat-tételi lehetőség esetén részenként):

Az elbírálás részszerpontjai	A részszerpontok súlyszámai	Az ajánlattevő neve: I.M.G. Inter Media Group Kft. címe: 1021 Budapest, Húvösvölgyi út 54., 6. épület 2. emelet	
		Értékelési pontszám;	Értékelési pontszám és súlyszám szorzata
1. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Megyei napilapok	5	10	50
2. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Országos napilapok	5	10	50
3. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Heti-kétheti és havilapok	5	10	50
4. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Közterület	7	10	70
5. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Online	8	10	80
6. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Rádió	6	10	60
7. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Televízió	12	10	120
8. Közösségi média felületek (összesen),	6	10	60
9. Egyéb, a táblázatban nem szereplő médiafelületre vonatkozó ügynökségi kedvezmény alapján elérhető net-net ár mértéke	6	10	60
10. Média stratégia megalapozottsága, kidolgozása	11	10	110
11. Piacismeret, médiakörnyezet átfogó ismerete és beépítése a média stratégiába.	11	10	110
12. Kommunikációs csatornák várható hatékonysági mutatói, szegmentált célcsoport elérésének tekintetében, iparági közönségmérő eszközök alapján.	11	10	110
13. Alternatív média javaslatok kidolgozása, értékelése	7	10	70
A súlyszámmal szorzott értékelési pontszámok összegei ajánlattevőnként:	100		1 000

(A táblázatnak az ajánlattevők nevei alatti osztott oszlopainak bal oldalára az adott ajánlatnak az adott részszerpont szerinti tartalmi elemeire adott értékelési pontszámot, jobb oldalára pedig az értékelési pontszámnak a súlyszámmal kialakított szorzatát kell beírni.)

c)** Az összességében legelőnyösebb ajánlat kiválasztása esetén az értékelés során adható pontszám alsó és felső határának megadása:
alsó határ 0 pont és felső határ 10 pont.

d)** Az összességében legelőnyösebb ajánlat kiválasztása esetén annak a módszernek (módszereknek) az ismertetése, amellyel az ajánlatkérő megadta az ajánlatok részszerpontok szerinti tartalmi elemeinek értékelése során a ponthatárok közötti pontszámot:

- Az 1-9. részszerpontokra adott ajánlati elemeket Ajánlatkérő a relatív értékelés, azon belül is a fordított arányosítás módszerével értékeli. Az 1-9. részszerpontok tekintetében a legelőnyösebb ajánlat (a legalacsonyabb ellenszolgáltatást tartalmazó ajánlat) kapja a lehetséges maximális pontszámot (azaz a felső ponthatárral egyező pontszámot), a többi ajánlat ugyanezen tartalmi elemére a legelőnyösebb ajánlathoz (a legalacsonyabb értékhez) viszonyítva fordítottan arányos a pontkiosztás.
- Ajánlatkérő 10-13. részszerpontokra adott ajánlati elemeket a sorbarendezés, majd ezt követően az arányosítás együttes módszerével értékeli.

A 10-13. szerpontok bírálati szerpontjairól általánosságban:

A mintafeladat vizsgálata során nem a pályázók konkrét tervei kerülnek elbírálásra, hanem az, hogy az adott induló tud-e a nemzetközi médiatervezési standardok alapján dolgozni. Tehát, rendelkezik-e megfelelő médiatervezési eszközökkel, kutatásokkal illetve tudja-e ezeket használni. Az egyes bírálati elemek tartalmazzák a komplex médiatervezés munkafázisait. A bírálat során az kerül megvizsgálásra, hogy az egyes munkafázisokat elvégezte-e a pályázó, a kapott eredményeket tudja-e értelmezni és ez alapján tud-e olyan kampánytervet létrehozni amely kellően megalapozott. Tehát az egyes munkafázisok elvégzése alapján kerülnek ragsorolásra az ügynökségek.

Mintafeladat kidolgozása – integrált szakmai koncepció

Minden részszerpont esetében a legjobb ajánlatnak az az anyag minősül amely minden részelemet (vizsgálati elemek) teljes körűen és részletesen, szakmai indoklásokkal kidolgoz. Amennyiben a pályázó nem dolgoz ki egy elvárt elemet illetve nem teljes körűen készíti el az anyagot rosszabb helyezést kap mint az a pályázó aki ezeket a részfeladatokat elvégezte.

Vizsgálati elemek rész-szerpontonként:

Média stratégia megalapozottsága, kidolgozása:

Célcsoport pontos meghatározás - célközönség(ek) profilja

Fogyasztói szokások vizsgálata / meghatározása.

Célcsoport médiahasználati szokásainak vizsgálata

A kidolgozott stratégia mennyire van összhangban a briefing-ben meghatározott célokkal

A kidolgozott stratégia mennyire ad megoldási javaslatot a briefing-ben meghatározott célokra.

Piacismeret, médiakörnyezet átfogó ismerete és beépítése a média stratégiába:

Média stratégiában meghatározott médiatípusok erősségei/gyengeségei

Az egyes médiatípusok affinitás vizsgálata a célcsoportra

Az egyes médiatípusok együttes hatásainak vizsgálata, felhasználása

Kommunikációs csatornák várható hatékonysági mutatói, szegmentált célcsoport elérésének tekintetében, iparági közönségmérő eszközök alapján:

Használt kommunikációs csatornák (Média Mix)

A kommunikációs csatornák elérési adatai a célcsoportra vetítve

Költséghatékonyság a Média Mix-ben

Médiamutatók használata, értelmezése

Alternatív média javaslatok kidolgozása, értékelése:
Alternatív média használatának indoklása
Alternatív média eszközök együttműködés a hagyományos média eszközökkel

Ajánlatkérő a felhívásban megadott részszerpontok közül az 1-9 részszerpontokat az alábbi képlet szerint értékeli:

$$P=(A_{\text{legjobb}}/A_{\text{vizsgált}})*P_{\text{max}}$$

ahol:

P: a vizsgált ajánlat adott részszerpontra vonatkozó pontszáma

P_{max}: a pontskála felső határa (jelen esetben 10)

A_{legjobb}: az adott részszerpont tekintetében legelőnyösebb ajánlat adott részszerpont szerinti tartalmi eleme (a legalacsonyabb ellenszolgáltatás értéke)

A_{vizsgált}: a vizsgált ajánlat adott részszerpont szerinti tartalmi eleme.

Ajánlatkérő 10-13. részszerpontokra adott ajánlati elemeket a sorbarendezés, majd ezt követően az arányosítás együttes módszerével értékeli.

A sorbarendezés szerpontjait a műszaki leírás tartalmazza.

Az ajánlatok részszerpontonként kerülnek értékelésre és sorba rendezésre. A részszerpontonkénti legjobb ajánlat lesz az első. A többi ajánlat részszerpontonként, a legjobbhoz és a többi ajánlathoz viszonyítva lesz a második, harmadik, negyedik, stb. (minden bírált ajánlat helyezést kap). Amennyiben egy-egy részszerpontban kettő vagy több ajánlat azonos színvonalat képvisel azonos helyezések is kioszthatóak. Az ajánlatokat szakmai tagokból álló zsűri értékeli, és az értékelésük átlaga alapján alakul ki az ajánlatok sorrendje.

A kapott helyezések alapján a bírálat menete:

Az egyes részszerpontoknál a legjobb (első) helyezést elérő ajánlat kapja a maximális pontszámot, a többi ajánlat pedig a sorrendben elfoglalt helyének megfelelően kevesebb pontot kap, az alábbi képlet szerint:

$$P=(A_{\text{legjobb}}/A_{\text{vizsgált}})*P_{\text{max}}$$

ahol:

P: a vizsgált ajánlat adott részszerpontra vonatkozó pontszáma

P_{max}: a pontskála felső határa (jelen esetben 10)

A_{legjobb}: az adott részszerpont tekintetében legelőnyösebb ajánlat adott részszerpont szerinti tartalmi eleme (jelen esetben a legelőnyösebb ajánlat sorrendben elért helyezése, azaz „1”)

A_{vizsgált}: a vizsgált ajánlat adott részszerpont szerinti tartalmi eleme (amely jelen esetben a sorrendben elért helyezéssel azonos szám).

10. Az érvénytelen ajánlatot tevők neve, címe és az érvénytelenség indoka: -

11. a) Eredményes eljárás esetén a nyertes ajánlattevő neve, címe, az ellenszolgáltatás összege és ajánlata kiválasztásának indokai:

I.M.G. Inter Media Group Kft., címe: 1021 Budapest, Húvösvölgyi út 54., 6. épület.

Ellenszolgáltatás összege:

Szempont	Elérhető net-net ár (Ft)
1. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Megyei napilapok	67 075
2. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Országos napilapok	38 660
3. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Heti- kétheti és havilapok	89 090
4. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Közterület	71 650
5. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Online	162 950
6. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Rádió	35 015
7. A médiában elérhető összevont kedvezmények alapján elérhető net-net ár mértéke (összesen), Televízió	33 361,25
8. Közösségi média felületek (összesen),	40 100
9. Egyéb, a táblázatban nem szereplő médiafelületre vonatkozó ügynökségi kedvezmény alapján elérhető net-net ár mértéke	6 500

Keretösszeg: nettó 143,3 millió forint, amelyből 43,3 millió forint opció.

A fenti ajánlat tartalmazza a felhívásban rögzített módszertan alapján az összességében legelőnyösebb ajánlatot.

b)* A nyertes ajánlatot követő legkedvezőbb ajánlatot tevő neve, címe, az ellenszolgáltatás összege és ajánlata kiválasztásának indokai: -.

12.* A közbeszerzésnek az(ok) a része(i), amely(ek)nek teljesítéséhez az ajánlattevő alvállalkozót kíván igénybe venni:

a) A nyertes ajánlattevő ajánlatában: -.

b) * A nyertes ajánlatot követő legkedvezőbb ajánlatot tevő ajánlatában: -.

13.* A 12. pont szerinti rész(ek) tekintetében a közbeszerzés értékének tíz százalékát meghaladó mértékben igénybe venni kívánt alvállalkozó(k), valamint a közbeszerzésnek az a százalékos aránya, amelynek teljesítésében a megjelölt alvállalkozók közre fognak működni:

a) A nyertes ajánlattevő ajánlatában: -.

b) * A nyertes ajánlatot követő legkedvezőbb ajánlatot tevő ajánlatában: -.

14. * Az alkalmasság igazolásában részt vevő szervezetek, és azon alkalmassági követelmények megjelölése, amelyek igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet erőforrásaira (is) támaszkodik:

a) A nyertes ajánlattevő ajánlatában: -.

b) * A nyertes ajánlatot követő legkedvezőbb ajánlatot tevő ajánlatában: -.

15. a) A szerződéskötési tilalmi időszak [Kbt. 124. § (6) bekezdés] kezdőnapja:
2014. augusztus 5.

b) A szerződéskötési tilalmi időszak [Kbt. 124. § (6) bekezdés] utolsó napja:
2014. augusztus 5., tekintettel a 124. § (8) bekezdés a) szerinti kivételre.

16. Az összegezés elkészítésének időpontja: 2014. július 17.

17. Az összegezés megküldésének időpontja: **2014. augusztus 5.**

18.* Az összegezés módosításának indoka: -.

19.* Az összegezés módosításának időpontja: -.

20. *A módosított összegezés megküldésének időpontja: -.

21. * Az összegezés javításának indoka: -.

22. * Az összegezés javításának időpontja: -.

23. * A javított összegezés megküldésének időpontja: -.

24.* Egyéb információk:

A szerződés aláírásának tervezett időpontja: 2014. augusztus 6..

A *-gal megjelölt pontokat csak akkor kell kitölteni, ha az abban foglalt eset fennáll.

A **-gal megjelölt pontokat csak akkor kell kitölteni, ha az ajánlatkérő az összességében legelőnyösebb ajánlat elbírálási szempontot alkalmazta.