

Tárgy: Kiegészítő tájékoztatás (1)**Tisztelt Ajánlattevő!**

A Diákhitel Központ Zrt. „A Diákhitel Központ Zrt. online médiafelületeken történő kommunikációjának megvalósítása felhasználással vegyes vállalkozási szerződés keretében: 2010. július 26. és 2011. május 31. közötti időintervallumban.” Tárgyban indított, a TED-en 2010/S 97-146811 számon megjelent ajánlati felhívással indított nyílt közbeszerzési eljárásban az alábbi kiegészítő tájékoztatás kérésre az alábbi választ adja, figyelemmel a Kbt. 56.§ -ára.

Kérdés:

A online_marketing_dokumentacio_-_2010-05-20.pdf nevű file 7-es oldalán található 1.2.2.-es ponttal kapcsolatban szeretnék kérdezni és ide idézem is e pont első bekezdéseit:

„1.2.2. Második feladat: Reklám a keresőkben

A nyertes Ajánlattevő feladata keresőre vonatkozó médiaterv elkészítése és az abban foglaltak szerint, az online felületek „keresőiben” reklámok elhelyezése minimum 120.000 darab kattintás szám elérésével 2010. július 26. és 2011. május 31. közötti időtartam alatt, ezen belül Ajánlatkérő által a dokumentációban meghatározott időintervallumokban két célcsoportra: reklámszövegírás kulcsszavas hirdetések elhelyezése, a kampányok kezelése a Google Adwords és az eTarget rendszerekben

A két célcsoport:

- középiskolások célcsoportja (16-18 évesek),
- potenciális ügyfelek célcsoportja (18-25 évesek).

Az ajánlattevőnek a megbízás ideje (2010.07.26.- 2011.05.31.) alatt célcsoportonként legalább 120.000 darab minimális kattintás számot (CT) kell vállalnia. Ha ennél többet vállal, akkor is tartania kell a célcsoportok közötti következőkben ismertetett eloszlási arányt:

- Potenciális ügyfelek: a megajánlott kattintás számok 70%-a
- Középiskolások: a megajánlott kattintás számok 30%-a

A fenti százalékos mennyiségek esetében Ajánlatkérő az ajánlati”

Kiemeltem azokat a részeket melyek értelmezésében a segítségét kérném:

A sárga háttérrel kiemelt résznél a felső szövegrészben összesen 120,000 darab átkattintás van megadva, a lenti részben azonban ez már módosul és célcsoportonként várnak el 120,000 átkattintást. Itt az lenne a kérésem, hogy pontosítsák ezt az információt – melyiket vegyük figyelembe?

További információ: a online_marketing_kommunikacio_2010-2011_ajanlati_felhivas_2010-05-26.pdf – fileban az 5-ik oldalon az 1.2.2. pont szintén minimum 120,000 átkattintásról ír és nem célcsoportonkénti 120,000 átkattintásról – azaz a két dokumentum ezen része nincs összhangban.

A türkiz háttérrel kiemelt szövegrész nekem nem odaillő vagy nem értelmezhető így ebben a formában. Itt nem az volt az Önök szándéka, hogy a két megjelölt „reklámszövegírás” és „kulcsszavas hirdetések elhelyezése...” munkafázist mint feladatot adják meg az Ajánlattevőknek?

Válasz:

1. Az ajánlati felhívás „II.2.1) Teljes mennyiség” pontja az alábbiakat tartalmazza:

„2.2. Második feladat: reklám a keresőkben (keresőhirdetés). Az Ajánlatkérő rendelkezésére álló anyagi fedezet: nettó 10 millió Ft. **A nyertes ajánlattevő feladata keresőre vonatkozó médiaterv elkészítése és az abban foglaltak szerint, az online felületek „keresőiben” reklámok elhelyezése a ajánlattevő ajánlatában megajánlott, de minimum 120.000 darab kattintás szám (CT) elérésével 2010. július 26. és 2011. május 31. közötti időtartam alatt, ezen belül Ajánlatkérő által az ajánlati dokumentációban meghatározott időintervallumokban a nyertes ajánlattevő feladata:**

- reklámszövegírás (kivéve a landing oldalak szövege)
- kulcsszavas hirdetések elhelyezése, a kampányok kezelése a Google Adwords és az eTarget rendszerekben.

Ajánlatkérő a kattintásokat (CT) a következőképpen kívánja elosztani a célcsoportok között, amely elosztáshoz az ajánlattevőnek tartania kell magát:

- Potenciális ügyfelek 70%
- Középiskolások 30%.

A fenti százalékos mennyiségek esetében Ajánlatkérő az ajánlati számokat a kerekítés szabályainak megfelelően kerekíti.”

Az ajánlati felhívás VI.3.6) pontja szerint az ajánlati felhívás és a dokumentáció esetleges eltérésekor az ajánlati felhívás rendelkezései az irányadóak.

Helyesen: a felhívásban és a dokumentáció 1.2.2. pontjában is szereplő minimális 120.000 darab kattintás számot nem célcsoportonként, hanem összesen kell elérni 2010. július 26. és 2011. május 31. közötti időtartam alatt.

2. Az ajánlati felhívás „II.2.1) Teljes mennyiség” pontjára és a Dokumentáció I. 1.2.2 pontjára figyelemmel a *nyertes ajánlattevő feladata* célcsoportonként (egyik célcsoport a középiskolások célcsoportja (16-18 évesek), másik célcsoport a potenciális ügyfelek célcsoportja (18-25 évesek)) *reklámszövegírás (kivéve a landing oldalak szövege) és kulcsszavas hirdetések elhelyezése, kampányok kezelése a Google Adwords és az eTarget rendszerekben.*

Kérjük a fentiek szíves tudomásul vételét!

Budapest, 2010. június 3.

Üdvözlettel:



.....
Dr. Vida István
Ügyfélkapcsolati igazgató

DIÁKHITEL KÖZPONT Zrt.
1027 Budapest, Csalogány u. 9-11.
Adószám: 12657331-2-41
4.



.....
Öri András
Kommunikációs vezető