

Łańcut, 22 marca 2018 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 7/1.4/IIE/18

dot. realizacji planu/strategii komunikacji marki, projektu/strategii nowej identyfikacji wizualnej marki oraz planu/strategii budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia rynek nowych produktów

Zamawiający:

Bester Sklejki Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa
ul. Kolejowa 5A, 37-100 Łańcut
tel./fax: +48 17 225 24 60
NIP: 8151548740 REGON: 690672854

Bester Sklejki Sp. z o.o. Sp. k. zaprasza do złożenia oferty na usługę doradczą polegającą na:

- opracowaniu planu/strategii komunikacji marki,
- opracowaniu projektu/strategii nowej identyfikacji wizualnej marki,
- opracowaniu planu/strategii budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia na rynek nowych produktów.

W ramach projektu pn. „**PODWYŻSZENIE KONKURENCYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA BESTER SKLEJKI W SKUTEK WDROŻENIA 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.01.04.00-18-0014/17.

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 (wytyczne horyzontalne) oraz Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020 (wytyczne programowe).

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.

1. Przedmiot zapytania ofertowego

1.1 Przedmiotem zapytania ofertowego jest zrealizowanie doradztwa polegającego na opracowaniu planu/strategii komunikacji marki, opracowaniu projektu/strategii nowej identyfikacji wizualnej marki i opracowaniu planu/strategii budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia rynek nowych produktów dla firmy BESTER SKLEJKI.

Kod CPV usługi:

- ✓ 85312320-8 – usługi doradztwa,
- ✓ 73220000-0 – usługi doradcze w zakresie rozwoju,
- ✓ 79421200-3 – usługi projektowe inne niż w zakresie robót budowlanych.

1.2 Opis Zamawiającego

Firma BESTER Sklejki Spółka Jawna należąca do rodziny Bester posiada tradycje branży drzewnej sięgające początków lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku. Głównym kierunkiem działalności firmy jest produkcja elementów gięto-klejonych – sklejek profilowanych dla przemysłu meblarskiego.

W ofercie firmy znajdują się:

- sklejki do krzeseł pokojowych, biurowych,
- sklejki na aule i audytoria,
- sklejki kubekowe (połączone siedzisko z oparciem),
- sklejki na szczyty do łóżek, podłokietniki,
- elementy meblowe oklejane dowolnymi, w tym egzotycznymi gatunkami oklein oraz laminatów.

Od 2008 roku spółka realizuje zamówienia nie tylko wielkoseryjne, ale również krótkie designerskie partie wyrobów tworzone pod konkretnego klienta (pod specyficzne zamówienie).

NOWE PRODUKTY, O KTÓRE POSZERZONA ZOSTANIE OFERTA ZAMAWIAJĄCEGO W WYNIKU WDROŻENIA STRATEGII WZORNICZEJ (które winny zostać wyeksponowane w wyniku realizacji usług będących przedmiotem niniejszego zapytania ofertowego):

A) ELEMENTY ARCHITEKTONICZNE

Zamawiający zamierza wdrożyć do oferty:

- panele 3D wewnętrzne: ścienne, systemy oświetleniowe, sufitowe, fronty meblarskie, obudowy
- ścianki działowe
- system modułowych siedzisk wewnętrznych i zewnętrznych (wodoodpornych)
- system modułowych półek

Kluczowe cechy funkcjonalne i użytkowe, które dotyczyć będą całej oferty związanej z elementami architektonicznymi oraz innowacyjności produktu to:

- Systemowość zaprojektowanych elementów. Produkty będą składać się z powtarzalnych modułów,
- Elementy będą łatwo montowane, będzie zminimalizowany koszt ich transportu
- Posiadać będą możliwości ich indywidualnych aranżacji, np. przez instalację modułów oświetleniowych w elementach

Ponadto celem zminimalizowania kosztów i uniknięcia niepotrzebnych komplikacji łączenie i mocowanie elementów architektonicznych będzie wykonywane w oparciu o gotowe komponenty (możliwie najprostsze, o odpowiednich właściwościach nośnych, dostępne do nabycia u firm zewnętrznych) – nie jest zasadne tworzenie własnych, autorskich systemów montażu.

B) WŁASNA KOLEKCJA SIEDZISK

Zamawiający planuje wdrożenie do oferty unikatowych kształtów siedzisk, a nie konkretnych typów krzesel. W skład kolekcji będą wchodzić różnego rodzaju siedziska - stołek, fotel, krzesło, bujaki, szezlong, hoker, itp. Kolekcja siedzisk składać się z będzie minimum dziesięciu wyjątkowych wzorów, a każdy z wzorów będzie wpisujący się w zidentyfikowane trendy rynkowe

Kolekcja będzie zróżnicowana estetycznie, każdy z produktów może cechować się odmienną estetyką uzależnioną od eksploatowanej właściwości materiału lub technologii BESTER SKLEJKI oraz ergonomii. Natomiast estetyka poszczególnych produktów będzie oparta na wyrazistej koncepcji i wewnętrznie spójna. Poszczególne wzory będą wykorzystywać szerokie możliwości technologiczne i materiałowe Wnioskodawcy pozwalające uzyskać nietypowe kształty. Wnioskodawca w kolekcji zminimalizuje liczbę elementów, których nie jest w stanie wykonać w ramach własnych technologii produkcyjnych (np. tapicerka, elementy metalowe, itp.)

1.3 Założenia w zakresie marki BESTER

1.3.1 IDEA MARKI

IDEA MARKI BESTER POWINNA OBEJMOWAĆ WARTOŚCI ISTOTĘ DLA CAŁEJ BRANŻY ORAZ WARTOŚCI WYRÓŻNIAJĄCE JĄ NA TLE KONKURENCJI. WARTOŚCI TE NIE MOGĄ BYĆ JEDYNIĘ OBIETNICĄ, MARKA MUSI JE REALIZOWAĆ POPRZEZ PRODUKTY I USŁUGI - NA PRAWDZIWOŚĆ KAŻDEJ Z WARTOŚCI MARKA MUSI POSIADAĆ DOWODY.

A) WARTOŚCI WSPÓLNE:

PROFESJONALIZM

DOWÓD:

- procesowość obsługi klienta (ofertowanie, przygotowanie wdrożenia i produkcji, prowadzenie dokumentacji technicznej, komunikacja w trakcie realizacji zlecenia, jasna polityka cenowa)
- procesowość realizacji zlecenia (wdrożenia i produkcji)
- organizacja przedsiębiorstwa (podział na działy odpowiadające świadczonym usługom: badanie i rozwój, projektowanie i konstrukcja, produkcja)

DOŚWIADCZENIE

DOWÓD:

- portfolio innowacji (materiałowych i technologicznych)
- portfolio wdrożeń (z różnych branż, dla różnych klientów, dla znanych i prestiżowych klientów)

ELASTYCZNOŚĆ

DOWÓD:

- indywidualne podejście do każdego klienta i każdego projektu
- portfolio case study prezentujące osiągnięcie celów klienta i pokonanie problemów
- szybkość realizacji zleceń
- realizacja zleceń jednostkowych, bardzo małych, małych, średnich i dużych
- indywidualizacja wzorów produktów

B) WARTOŚCI WYRÓZNIAJĄCE MARKĘ BESTER

DESIGN

DOWÓD:

- portfolio wdrożeń wzorów klienta
- portfolio wdrożeń wzorów własnych
- kompetencje projektowania wzornicze go oraz konstrukcyjnego wspierające działania produkcyjne firmy
- współpraca z prestiżowymi klientami, markami znanymi w świecie designu
- nagrody za wzornictwo produktu

EDUKACJA

DOWÓD:

- działania i materiały prezentujące właściwości materiału oraz możliwości technologiczne sklejki, promujące jej powszechne zastosowanie

EKOLOGIA

DOWÓD:

- proekologiczny wizerunek firmy mający realny wpływ na decyzje o doborze technologii i tworzeniu wzorów nowych produktów
- certyfikaty potwierdzające proekologiczne podejście we wszystkich działaniach (źródło surowca, oszczędne korzystanie z zasobów w procesie produkcji, ograniczenie ilości odpadów i zanieczyszczeń)

1.3.2 ARCHITEKTURA MARKI BESTER

MARKA BESTER FUNKCJONUJE JAKO FIRMA USŁUGOWA. ŚWIADCZENIE USŁUG PRODUKCJI WZORÓW ZLECONYCH JEST PODSTAWĄ JEJ DZIAŁALNOŚCI. KONIECZNE JEST OPRACOWANIE WIZERUNKU I KOMPLETU MATERIAŁÓW WIZERUNKOWO-PROMOCYJNYCH, BY OFERTA USŁUG MOGŁA WYKORZYSTAĆ PEŁNY POTENCJAŁ FIRMY.

OFERTA PRODUKTÓW, CZYLI WZORÓW WŁASNYCH PRODUKOWANYCH NA ZAMÓWIENIE, MA PEŁNIĆ ROLĘ DZIAŁALNOŚCI UZUPEŁNIAJĄCEJ ORAZ PROMOCYJNEJ W STOSUNKU DO OFERTY USŁUG. DLATEGO ZALECAMY, BY MARKA BESTER ZACHOWAŁA SWOJĄ INTEGRALNOŚĆ I NIE TWORZYŁA SUBMARKI DLA OFERTY PRODUKTÓW ZANIM TE NIE ZDOBEDĄ WYSTARCZAJĄCEJ POZYCJI NA RYNKU. PRZY MAŁEJ ROZPOZNAWALNOŚCI MARKI BESTER ORAZ OGRANICZONYCH KOMPETENCJACH MARKETINGOWYCH I HOMOGENICZNEJ OFERCIE PRODUKTÓW PODZIAŁ NA SUBMARKI NIE ZNAJDUJE UZASADNIENIA.

Oferta usług - produkcja wzorów zleconych (sprzedaż B2B):

- badania i rozwój
- projektowanie
- konstrukcja
- wdrożenie
- produkcja

Oferta produktów - produkcja wzorów własnych na zamówienie (sprzedaż B2B):

- udoskonalenie istniejących produktów: nowe kształtki do siedzisk
- nowe linie wzorów własnych: elementy architektoniczne wykończenia i dekoracji wnętrz

1.3.3 RYNKI ZBYTU NA KTÓRE DEDYKOWANA JEST MARKA

Marka BESTER dedykowana jest przede wszystkim na zagraniczne rynki, procesy sprzedażowe koncentrowały się będą na rynkach Europy Zachodniej (w tym Skandynawii). Z tego względu w procesie świadczenia usługi Wykonawcy winni skupić się na projektowaniu komunikacji i identyfikacji marki (oraz na tworzeniu planu promocji i wprowadzania na rynek) w odniesieniu do rynków zagranicznych.

2. Zakres rzeczowy usługi

2.1 Szczegółowy zakres usług

W ramach niniejszego zapytania do zadań Wykonawcy należy opracowanie:

2.1.1 Planu/strategii komunikacji marki – 180 godzin

Plan komunikacji marki winien zawierać wskazanie głównych wartości oraz atrybutów marki, hasło i idee marki. Opracowany plan winien zawierać główne komunikaty do użytku w materiałach promocyjnych, systematykę nazewnictwa linii produktowych i produktów, wykaz sposobów komunikowania się i wytyczne do tworzenia komunikatów.

Plan komunikacji marki winien zostać zaprojektowana w oparciu o wytyczne i wskazówki wskazane w strategii wzorniczej Zamawiającego.

2.1.2 Projektu/strategii nowej identyfikacji wizualnej marki – 200 godzin

Na projekt nowej identyfikacji marki składać się winien m.in.: logotyp, kolorystyka, typografia, wytyczne do zdjęć, podstawowe akcydensy, wzory wskazanych materiałów promocji (wizytówka, papier firmowy, stopka maila, samochody firmowe itp.) i wsparcia sprzedaży (screeny aplikacji, strona główna www, ulotka, katalog, newsletter itp.).

Projektu nowej identyfikacji marki winien zostać zaprojektowana w oparciu o wytyczne i wskazówki wskazane w strategii wzorniczej Zamawiającego.

2.1.3 Planu/strategia budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia rynek nowych produktów – 150 godzin.

Plan ten winien zawierać m.in.: spis działań i wytycznych do materiałów promujących nowy produkt, harmonogram działań promocyjnych i reklamowych.

2.2. Metodyka realizacji usługi

Zamawiający – BESTER SKLEJKI Sp. z o.o. Sp. k. nie narzuca metodologii opracowania ww. zakresu usługi. Każdy Oferent składając ofertę będzie musiał wskazać metodologię prowadzonych działań i uzasadnić, iż jest ona adekwatna do działalności Zamawiającego i specyfiki rynku, na którym działa. Poniżej Zamawiający wskazuje etapy (fazy) realizacji usługi.

2.2.1. PLAN/STRATEGIA KOMUNIKACJI MARKI

A) Faza koncepcyjna - warsztaty co-creation

B) Faza projektowa – tworzenie rozwiązań.

2.2.2. PROJEKT/STRATEGIA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ MARKI

W ramach usługi przewiduje się opracowanie 2 koncepcji identyfikacji wizualnej Zaprezentowanie na wybranych przykładach:

- System znaków firmowych.
- Podstawowe elementy: kolorystyka, typografia, ikonografia.
- Wzór wybranego akcydensu i poligrafii reklamowej.
- Keywizual.

Na tym etapie prac koncepcja wybrana z przedstawionych propozycji jest dopracowywana pod względem uwag BESTERSKLEJKI. Na jej podstawie zostaną zaprojektowane m.in.: logopack i manual znaków, wzory wszystkich potrzebnych akcydensów, formularzy i materiałów promocyjnych.

3. PLAN/STRATEGIA BUDOWANIA WIZERUNKU, PROMOCJI I REKLAMY ORAZ WPROWADZENIA RYNEK NOWYCH PRODUKTÓW.

A) Faza koncepcyjna - warsztaty co-create.

B) Faza projektowa

- Stworzenie planów działań promocyjnych i reklamy.

- Stworzenie planów ze wskazaniem konkretnych rozwiązań oraz specyfikacji realizacji działań reklamowych.

2.3. Wymogi co do zespołu odpowiedzialnego za realizację usług

Zespół odpowiedzialny za realizację usługi powinien składać się z co najmniej następujących specjalistów:

- Project Manager.
- Specjalista ds. strategii marki.
- Copywriter.
- Specjalista ds. marketingu.
- Projektant 2D/3D

Minimalny skład zespołu to 3 osoby co wynika z dopuszczenia sytuacji, w której jedna osoba może pełnić kilka funkcji – np. jedna osoba pełnić funkcję project managera i specjalisty ds. strategii marki, również jedna osoba może pełnić funkcję projektanta 2 D i 3D.

Wymagania co doświadczenia ww. zespołu:

- Project Manager - co najmniej 2 lata doświadczenia w pracy w zakresie projektu marki, co najmniej 3 zrealizowane usług zbieżnych z przedmiotem niniejszego zamówienia w ostatnich 3 latach.
- Specjalista ds. strategii marki - co najmniej 2 lata doświadczenia w pracy w zakresie projektu marki, co najmniej 3 zrealizowane usług zbieżnych z przedmiotem niniejszego zamówienia w ostatnich 3 latach.
- Copywriter - co najmniej 2 lata doświadczenia w pracy w zakresie projektu marki, co najmniej 3 zrealizowane usług zbieżnych z przedmiotem niniejszego zamówienia w ostatnich 3 latach.
- Specjalista ds. marketingu - co najmniej 2 lata doświadczenia w pracy w zakresie projektu marki, co najmniej 3 zrealizowane usług zbieżnych z przedmiotem niniejszego zamówienia w ostatnich 3 latach.
- Projektant 2D/3D - co najmniej 2 lata doświadczenia w pracy w zakresie projektu marki, co najmniej 3 zrealizowane usług zbieżnych z przedmiotem niniejszego zamówienia w ostatnich 3 latach.

W przypadku zaangażowania osób na podstawie umów cywilno-prawnych należy przedstawić deklaracje tych osób w zakresie współpracy wraz z informacją, iż posiadają one wiedzę o składanej ofercie. Wymóg ten nie obowiązuje w przypadku wykazywaniu osób zatrudnionych na podstawie umów o pracę bądź właścicieli/wspólników Wykonawcy.

Powyższe usługi powinny odbywać się przy aktywnej współpracy z Zamawiającym.

3. Okres realizacji usługi

Usługa musi zostać zrealizowana w ciągu maksymalnie 12 tygodni w okresie kwiecień 2018 r. – czerwiec 2018 r.

4. Wymagania wobec Oferentów

O realizację powyżej opisanej usługi mogą się ubiegać wszystkie podmioty, które:

- a) Zrealizowali co najmniej 3 usługi w zakresie opracowania planu/strategii komunikacji marki, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek krajowy i co najmniej 1 rynek zagraniczny.
- b) Zrealizowali co najmniej 3 usługi w zakresie opracowania planu/strategii identyfikacji wizualnej marki, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek krajowy i co najmniej 1 rynek zagraniczny.
- c) Zrealizowali co najmniej 3 usługi w zakresie opracowania planu/strategii budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia rynek nowych produktów, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek krajowy i co najmniej 1 rynek zagraniczny.
- d) W ciągu ostatnich 5 lat zrealizowali co najmniej 2 kompleksowe usługi, na realizację których składały się łącznie wszystkie następujące elementy:
 - opracowaniu planu/strategii komunikacji marki,
 - opracowaniu projektu/strategii identyfikacji marki,
 - opracowaniu planu/strategii budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia rynek nowych produktów.
- e) W ciągu ostatnich 5-ciu latach zrealizowali co najmniej 3 usługi dotyczące marki bądź strategii identyfikacji wizualnej o wartości co najmniej 20 tys. PLN każda.
- f) Dysponują co najmniej 3 osobową kadrą spełniającą wymogi określone w punkcie 2.3 niniejszego zapytania ofertowego.
- g) Przedstawiona przez Oferenta metodologia jest adekwatna w stosunku do:
 - branży Zamawiającego,
 - produktów/usług Zamawiającego,
 - rynków zbytu dla nowych i obecnych produktów/usług.
- h) 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 5% 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.

5. Warunki dodatkowe

Potencjalny Wykonawca będzie zobowiązany także do realizacji usługi w oparciu o dodatkowe warunki wymagane przez Zamawiającego, m.in. do:

- 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 zarządzania funduszami UE.
- c) Zmiana członków zespołu realizującego usługę będącą przedmiotem niniejszego zapytania ofertowego może być dokonana wyłącznie za pisemną zgodą Zamawiającego. Niedopuszczalne jest zmiana kadry na osoby o mniejszym doświadczeniu czy niższych kompetencjach. W sytuacjach losowych związanych ze zmianą kadry Wykonawca winien do pisma z prośbą o zmianę dostarczyć komplet obiektywnych dokumentów potwierdzających okoliczności losowe (np. zaświadczenie z pobytu w szpitalu).
- d) Wykonawca po zrealizowaniu usługi przeniesie na Zamawiającego całość praw autorskich, majątkowych, twórczych i praw zależnych w zakresie wszelkich utworów powstałych w wyniku przeprowadzenia usługi.
- e) Wykonawca będzie zobligowany do podpisania klauzuli poufności w zakresie tajemnic Zamawiającego. Konsekwencją złamania tej klauzuli będą kary finansowe dla Wykonawcy w wysokości 50 tysięcy złotych.
- f) Do opracowanych materiałów w ramach usługi uwagi wnosić może Zamawiający - Wykonawca winien uwzględnić wskazane uwagi i zastrzeżenia.
- g) W ramach wynagrodzenia za świadczone usługi doradcze Wykonawca winien skalkulować wszelkie koszty ponoszone w związku z realizacją usługi m.in.:
 - ✓ wynagrodzenie konsultanta,
 - ✓ opracowanie i wydruk materiałów,
 - ✓ wydatki bieżące związane z pracą konsultantów – telefon, materiały biurowe itp.
- h) Zamawiający zastrzega sobie możliwość prowadzenia bieżącego nadzoru na każdym etapie realizacji zamówienia.

6. 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.
3. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym.
4. Metodologia realizacji usługi – zgodnie z załączonym wzorem dokumentu.
5. Zestawienie potwierdzające posiadanie doświadczenia w realizacji co najmniej 3 usług w zakresie opracowania planu/strategii komunikacji marki, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek krajowy i co najmniej jeden rynek zagraniczny.
6. Zestawienie potwierdzające posiadanie doświadczenia w realizacji co najmniej 3 usług w zakresie opracowania projektu/strategii identyfikacji wizualnej marki, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek krajowy i co najmniej jeden rynek zagraniczny.
7. Zestawienie potwierdzające posiadanie doświadczenia w realizacji co najmniej 3 usług w zakresie opracowania planu/strategii budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia na rynek nowych produktów, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek krajowy i co najmniej jeden rynek zagraniczny.
8. Zestawienie potwierdzające posiadanie doświadczenia w realizacji co najmniej 2 kompleksowych usług w łącznym zakresie: opracowanie planu/strategii komunikacji marki, projektu/strategii

identyfikacji marki i planu/strategii budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia rynek nowych produktów w ciągu 5 ostatnich lat.

9. Zestawienie potwierdzające posiadanie doświadczenia w realizacji co najmniej 3 usług dotyczących marki o wartości co najmniej 20 tyś. PLN każda w ciągu 5 ostatnich lat.

Powyższe załączniki należy przedstawić w oryginale lub poświadczyc 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.

7. Kryterium wyboru ofert

Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą, zgodnie z poniższymi kryteriami:

Wybór oferty:

- A. Cena – 60 punktów
- B. Czas realizacji usługi (w tygodniach) – 40 punktów

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:

Ocena = A + B, gdzie:

Ad. A Kryterium zostanie ocenione wg następującego wzoru:

$A = (\text{najniższa zaproponowana cena} / \text{cena badanej oferty}) \times 60$

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 60 punktów.

Ad. B Kryterium zostanie ocenione wg następującego wzoru:

$B = (\text{najkrótszy czas realizacji usługi podany w tygodniach} / \text{czas realizacji usługi podany w tygodniach badanej oferty}) \times 40$

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 40 punktów.

Punkty uzyskane przez ofertę w ocenie oferty w Kryterium A i Kryterium B zostaną dodane do siebie i na tej podstawie zostanie obliczona łączna ocena oferty. Oferta w łącznej ocenie oferty może uzyskać maksymalnie 100 pkt.

Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyska największą ilość punktów w łącznej ocenie ofert (łączna suma punktów uzyskanych przez Wykonawcę w kryterium A i B). Punkty będą liczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

8. Sposób przygotowania i składania ofert

- a) ofertę należy przedstawić na załączonym do zapytania ofertowego formularzu;
- b) nieodłączny element oferty stanowią załączniki wymagane w pkt. 6 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) Zamawiający odrzuci ofertę niespełniającą warunków formalnych lub złożoną po terminie. Wykonawcy z tego tytułu nie przysługują żadne roszczenia;
- f) Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych i wariantowych;
- g) każdy z Wykonawców może złożyć tylko jedną ofertę;
- h) w toku oceny i badania ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert i załączonych dokumentów;
- i) wszystkie strony oferty wraz z załącznikami muszą być trwale spięte.

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

Ofertę należy złożyć w zamkniętej kopercie, opieczetowanej pieczęcią firmową Oferenta, adresem Zamawiającego (podanym poniżej) oraz zapisem: OFERTA NA REALIZACJĘ USŁUG DORADCZYCH DOTYCZĄCYCH OPRACOWANIA PLANU KOMUNIKACJI MARKI, PROJEKTU NOWEJ IDENTYFIKACJI MARKI ORAZ PLANU PROMOCJI I WPROWADZANIA NA RYNEK NOWYCH PRODUKTÓW DLA BESTER SKLEJKI.

Oferta musi zostać złożona w nieprzekraczalnym terminie, do dnia 03.04.2018 r., do godz. 15.00 w siedzibie Bester Sklejki Sp. z o.o. Sp. k., ul. Kolejowa 5A, 37-100 Łañcut. W przypadku złożenia oferty drogą pocztową, decyduje godzina wpływu oferty.

Otwarcie ofert nastąpi w dniu 03.04.2018 r. o godz. 16:00 w siedzibie Bester Sklejki Sp. z o.o. Sp. k., ul. Kolejowa 5A, 37-100 Łañcut. 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 o informacjach dotyczących pozostałych kryteriów oceny ofert.

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kontakt z Panem Adamem Besterem pod adresem e-mail: adam@bester-sklejki.com.

9. Informacja o upublicznieniu oraz wyborze najkorzystniejszej oferty

- Informacja o niniejszym zapytaniu zamieszczona została na stronie internetowej przedsiębiorstwa, na stronie www.parp.gov.pl poprzez Lokalny System Informatyczny oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.gov.pl.
- Informacja o wyborze najkorzystniejszej oferty zamieszczona zostanie na stronie internetowej przedsiębiorstwa, na stronie www.parp.gov.pl poprzez Lokalny System Informatyczny, na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.gov.pl oraz przesłana drogą e-mailową do podmiotów biorących udział w postępowaniu.
- Zamawiający sporządzi pisemny protokół z wyboru najkorzystniejszej oferty.

10. Informacje dodatkowe

- a) Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.
- b) Postępowanie prowadzone jest w języku polskim. Dokumenty sporządzone w języku obcym muszą zostać złożone wraz z tłumaczeniem na język polski.
- c) Zamawiający nie przewiduje rozliczenia w walutach obcych. Rozliczenia pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą prowadzone będą tylko w walucie polskiej (PLN).
- d) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odwołania niniejszego postępowania ofertowego bez podania przyczyn.

11. Załączniki:

1. Wzór formularza ofertowego – Załącznik nr 1.
2. Wzór oświadczenia o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – Załącznik nr 2.
3. Wzór metodologii realizacji usługi – zgodnie z załączonym wzorem dokumentu – Załącznik nr 3.
4. Wzór zestawienia potwierdzającego posiadanie doświadczenia w realizacji usług w zakresie opracowania planu/strategii komunikacji marki – Załącznik nr 4.
5. Wzór zestawienia potwierdzającego posiadanie doświadczenia w realizacji usług w zakresie opracowania projektu/strategii identyfikacji wizualnej marki – Załącznik nr 5.
6. Wzór zestawienia potwierdzającego posiadanie doświadczenia w realizacji usług w zakresie opracowania planu/strategii budowania wizerunku, promocji i reklamy oraz wprowadzenia rynek nowych produktów – Załącznik nr 6.
7. Wzór zestawienia potwierdzającego posiadanie doświadczenia w realizacji kompleksowych usług – Załącznik nr 7.
8. Wzór zestawienia potwierdzającego posiadanie doświadczenia w realizacji usług o wartości co najmniej 20 tyś. PLN – Załącznik nr 8.

Z poważaniem
Wspólnicy –
BESTER SKLEJKI SP. Z O.O. SP.K.