

Załącznik nr 2 do Zaproszenia do złożenia oferty

Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty, wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert

1. Zamawiający wybiera ofertę najkorzystniejszą na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w niniejszym dokumencie stanowiącym **załącznik 2 do Zaproszenia do złożenia oferty**
2. Jeżeli nie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z niższą ceną.
3. Ilości punktów za poszczególne kryteria zostaną zsumowane i będą stanowić końcową ocenę oferty.
4. Łączna ilość punktów, które oferta może otrzymać, odpowiada sumie punktów uzyskanych wg poszczególnych kryteriów.
5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta niepodlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą końcową liczbę punktów w skali od 0 do 100 pkt.
6. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
7. W trakcie dokonywania obliczeń Zamawiający zaokrągli każdy wynik do dwóch miejsc po przecinku.
8. Przy ocenie ofert Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami:
 - a) cena oferty – waga 60%,
 - b) koncepcja – waga 40%,

a) Cena oferty

$$\text{Liczba punktów} = \frac{\text{cena brutto oferty najtańszej}}{\text{cena brutto badanej oferty}} \times 100 \times 60 \%$$

Oferta w komisyjnej ocenie oferty w kryterium I może uzyskać maksymalnie 60 punktów.

b) Koncepcja (max. 40 pkt.)

Opis koncepcji musi być zgodny z wymaganiami Zamawiającego zawartymi w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia. Ocenie podlegać będą zaproponowane przez Wykonawcę elementy:

- **propozycja uatrakcyjnienia bieżącego wydania**
- **grafiki i infografiki,**
- **propozycje scenariuszy videocastów**
- **propozycja promocji medialnej e-biuletynu.**

Wszystkie elementy koncepcji muszą korespondować z celem Strategii komunikacji RPO WP, tzn. mają za zadanie wspierać, a nie utrudniać odbiór treści przekazywanych w biuletynie. Hasła przekazywane w biuletynie zaproponowane przez Wykonawcę powinny wpływać na emocję odbiorców, prowokować do działania (do korzystania ze wsparcia, sięgania po nowe środki z RPO). Treści przekazywane w biuletynie muszą być dla potencjalnego odbiorcy zrozumiałe i czytelne.

Ocenić będzie oryginalność i pomysłowość koncepcji. Zamawiający ocenić będzie zastosowanie niestandardowych rozwiązań zwracając przy tym uwagę aby przekaz graficzny był łatwy w odbiorze i czytelny dla przeciętnej odbiorcy. Zamawiający zwróci także uwagę na ilość użytych elementów, co również ma wpływ na czytelność przekazu. Ocenić będzie rozmieszczenie elementów graficznych, które nie powinno zaburzać odbioru treści.

Zamawiający ocenić będzie atrakcyjność scenariuszy videocastów, które mają zainteresować odbiorców publikacji. Komunikaty ujęte w videocastach muszą być klarowne i zrozumiałe dla przeciętnej odbiorcy. Ocenić będzie między innymi pomysłowość i emocjonalność przekazu.

Ocenić będzie propozycja dodatkowej promocji e-biuletynu w mediach, która pozwoli na skuteczne dotarcie do jak największej liczby odbiorców. Zamawiający oceni dobór i ilość mediów zaproponowanych w ofercie.

0 – 8 pkt. – propozycja niedostateczna, w sposób niedostateczny spełnia wymagania kryterium

9 – 17 pkt. – propozycja dostateczna, w sposób dostateczny spełnia wymagania kryterium

18 – 26 pkt. – propozycja dobra, w sposób dobry spełnia wymagania kryterium

27 – 37 pkt. – propozycja bardzo dobra, w sposób bardzo dobry spełnia wymagania kryterium

38 – 40 pkt. – propozycja wybitna, w sposób wybitny spełnia wymagania kryterium.

Punkty, które oferta uzyska za poszczególne elementy wchodzące w skład ww. kryterium zostaną zsumowane. Punkty uzyskane przez ofertę w komisyjnej ocenie w poszczególnych kryteriach zostaną zsumowane i na tej podstawie zostanie obliczona łączna ocena oferty.

Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyska największą ilość punktów w łącznej ocenie złożonych ofert.

W przypadku braku któregokolwiek z elementów wymienionych powyżej – oferta zostanie odrzucona.

Zamawiający ocenić będzie wszystkie elementy oferty złożone w formie papierowej. W przypadku dołączenia przez Wykonawcę np. płyty CD z nagranyymi projektami graficznymi, itp. lub innych, Zamawiający uzna je jako element dodatkowy nie stanowiący treści oferty.