

**Zahtev za
dostavljanje ponude
broj 20200717-01**



propulsion

propulsion

ZAHTEV ZA DOSTAVLJANJE PONUDE BROJ 20200717-01

Nabavka usluga zakupa medijskog prostora na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i kablovskim TV stanicama, veb-portalima i bilbordima, PR usluga i angažovanja influensera

Datum	17.07.2020.
Ime programa	„Inicijativa za novu digitalnu i medijsku pismenost”
Predmet nabavke	Nabavka usluga zakupa medijskog prostora na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i kablovskim TV stanicama, veb-portalima i bilbordima, PR usluga i angažovanja influensera
Procenjena vrednost nabavke	Nabavka srednje i visoke vrednosti
Novi rok za dostavljanje ponude	31.07.2020.
Naručilac	Propulsion

Propulsion je full-service komunikacijska organizacija specijalizovana za inovativne društveno angažovane kampanje i projekte sa sedištem u Beogradu i Sarajevu. Propulsion zauzima jedinstvenu tržišnu nišu između osnovne delatnosti klijenata, njihovih društveno odgovornih projekata, PR-a, komunikacija i marketinga. U preko 60 inicijativa godišnje, naš tim proizvede desetine integralnih kreativnih, digitalnih, dizajnerskih, print, PR, lobističkih, community i video-kampanja koje dopiru do stotina hiljada ljudi.

Sarađujemo s vodećim brendovima, razvojnim organizacijama i vladinim telima sa kojima kreativno osmišljavamo i vodimo projekte društvene odgovornosti i pozitivnog uticaja na društvo, vredne više od milion dolara godišnje. U ovoj oblasti smo vodeći dobavljač u Adria regiji.

Propulsion uz finansijsku podršku Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID) sprovodi program „**Inicijativa za novu digitalnu i medijsku pismenost**” čiji je cilj da „unapredi veštine građana i građanki Srbije da se snalaze u složenom informativnom i informacijskom prostoru, da zahtevaju kvalitetne sadržaje i na taj način efikasnije učestvuju u modernom ekonomskom, društvenom i političkom životu”. Program traje do 2023. godine i vredan je tri miliona dolara, a sprovodi se na osnovu međudržavnog sporazuma Vlade Republike Srbije i Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

U prethodnih godinu dana u Srbiji je prvi put u ovom delu Evrope sprovedeno detaljno istraživanje o tome koliko građani, kompanije, mediji, državna uprava, nastavnici, influenseri i drugi razumeju medijsko i digitalno okruženje, kako koriste različite kanale, kako percipiraju digitalni svet oko sebe i koliko su i na koji način deo četvrte industrijske revolucije.

Na osnovu istraživanja biće predstavljen Indeks medijske i digitalne pismenosti srpskog društva (Indeks), uporediv sa sličnim nalazima u svetu. Indeks pokazuje da naši građani i privreda imaju visok nivo razumevanja medijskog i digitalnog



propulsion

okruženja, vrlo kompetentno koriste različite digitalne kanale koji su im dostupni, umeju da prepoznaju spin i lažne vesti i u mnogim oblastima su iznad evropskog proseka.

ROK ZA PITANJA

Sva pitanja poslati do 29.07.2020. isključivo elektronskim putem na e-mail: tenders@propulsion.one.

ROK ZA PRIJAVU

Poziv traje do **31.07.2020. do 12.00 po centralnoveropskom vremenu.**

Ponude u PDF formatu do 20 MB slati elektronskim putem na e-mail: tenders@propulsion.one.

Ponude preko 20MB sa Dropbox/Google Drive linkom slati elektronskim putem na e-mail: tenders@propulsion.one.

Ponude, sva korespodencija i dokumentacija u vezi sa nabavkom koja je razmenjena između Ponuđača i Propulsion (u daljem tekstu Naručilac) mora biti pisana sa srpskom jeziku.

Tokom pripreme ponude, vaša je odgovornost da osigurate da ona stigne na adresu navedenu iznad, pre ili do roka za predaju. Ponude koje Naručilac primi nakon navedenog roka, iz bilo kog razloga, može biti odbačena.

Predložene usluge preispituju se i ocenjuju na osnovu celovitosti i usklađenosti ponude sa specifikovanim zahtevima i svih ostalih priloga koji sadrže detalje zahteva od strane Naručioca.

Ponuda koja zadovoljava zahteve, ispunjava sve kriterijume i nudi najbolju vrednost za novac, biće odabrana i tom Ponuđaču se dodeljuje ugovor. Svaka ponuda koja ne ispunjava uslove može biti odbijena.

Svako odstupanje između jedinične i ukupne cene biće preračunato, a jedinična cena će preovladati te će ukupna cena biti prepravljena. Ako Ponuđač ne prihvati konačnu cenu na osnovu izvršenog preračuna i ispravljanja grešaka, njegova ponuda može biti odbijena.

Naručilac ne prihvata nikakve razlike u cenama zbog eskalacije, inflacije, fluktuacije kursa ili bilo kog drugog tržišnog faktora nakon što je primio ponudu. U trenutku dodele ugovora ili naloga za kupovinu, Naručilac zadržava pravo da varira (poveća ili smanji) količinu usluga i/ili robe, do najviše dvadeset i pet posto (25%) ukupne ponude, bez ikakve promene jedinične cene ili drugih uslova.

Molimo vas da imate na umu da Naručilac nije obavezan da prihvati ni jednu ponudu, niti dodeli ugovor ili narudžbenicu, niti će biti odgovoran za troškove povezane s pripremom i dostavom Ponuđača, bez obzira na ishod ili način sprovođenja procesa odabira.

Ponuđač može tražiti povratnu informaciju i rezultate evaluacije u roku od petnaest (15) dana od dana zaključivanja nabavke, upitom na e-mail: tenders@propulsion.one



propulsion

Naručilac ohrabruje svakog potencijalnog Ponuđača da izbegne i spreči sukob interesa, tako što će prijaviti ukoliko je on, ili bilo ko od njegovih saradnika ili članova tima bio uključen u pripremu zahteva, dizajna, procenu troškova i drugih informacija koje se koriste u ovom Zahtevu.

Naručilac ima nultu toleranciju prema prevarama i drugim nepropisnim praksama i posvećen je sprečavanju, identifikovanju i adresiranju svih takvih praksi koje idu protiv Naručioaca, kao i trećih strana uključenih u aktivnosti Naručioaca. Naručilac očekuje da će se Ponuđač pridržavati Etičkog kodeksa ponašanja, koji se može pronaći na linku: https://pr.fo/FPF_Eticki_Kodeks

PREDMET NABAVKE

Naručilac pokreće kampanju sa ciljem informisanja javnosti o rezultatima istraživanja na temu medijske i digitalne pismenosti u Srbiji. Svi sadržaji će biti animirani odnosno kreirani u video formatu kako bi bili interaktivniji i zanimljiviji publici. Kampanja se pokreće 1. septembra i trajaće do 30. novembra 2020. godine, odnosno maksimalno 3 meseca. Ovo je prva prva faza kampanje koja će trajati naredne 3 godine.

Kako bismo izabrali Ponuđača/Ponuđače za potrebe kupovine medijskog prostora na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i kablovskim TV stanicama, na veb portalima i bilbordima, PR usluga i angažovanja influensera Naručilac prikuplja:

1. Finansijsku i tehničku ponudu
2. Traženu prateću dokumentaciju

DETALJI O PROGRAMU

Program „Inicijativa za novu medijsku i digitalnu pismenost” želi da doprinese stvaranju društva digitalno svesnih i odgovornih građana.

Medijski i digitalni sadržaj u Srbiji je širok i neretko nepouzdan i konfuzan. Informacije koje medijski akteri proizvode i distribuiraju (politički subjekti, kompanije, marketinški stručnjaci, blogeri i influenseri) široko su dostupne na internet i tradicionalnim platformama i kanalima. Obilje medijskog i digitalnog sadržaja karakteriše zabava, senzacionalizam, nejasne i netačne informacije koje utiču na relevantnost učešća građana u javnom životu. Sa druge strane, građani nedovoljno percipiraju obim, način i kako ti digitalni/medijski alati, narativi, sadržaji i informacije oblikuju njihov proces donošenja odluka. To ih ograničava da razviju sposobnost i veštine kritičkog razmišljanja kako bi procenili kvalitet i relevantnost medijskog i digitalnog sadržaja koji konzumiraju.

Nedostatku svesti doprinosi i nepostojanje sistemskog i struktuiranog pristupa medijskoj i digitalnoj pismenosti. Odgovarajući mehanizmi ili platforme, pomogle bi u snalaženju u prezasićenom digitalnom i medijskom svetu. Obrazovni alati, formalni i neformalni, koji bi pomogli stanovništvu da odgovorno i sa kritičkim razmišljanjem koriste medijske i digitalne sadržaje nisu razvijeni. Ovaj negativni trend govori o tome da veliki deo javnosti nije u mogućnosti da donosi izbore zasnovane na pouzdanoj informaciji, što se negativno odražava na socio-ekonomske, obrazovne, kulturne i političke odluke. Nedostatak svesti i veština dovode do problema sa zaštitom privatnosti, digitalnom sigurnošću, te



propulsion

predstavljaju izazov za odgovornu i bezbednu komunikaciju na internetu, razumevanje uticaja algoritama izloženosti sadržaju.

Program radi na podizanju svesti o medijskom i digitalnom opismenjavanju ali i razvijanju alata, formalnih i neformalnih obrazovnih programa i mehanizama koji će uticati na razvoj veština kritičkog mišljenja i rešavanja problema. Taj pristup utiče na snalaženje građanki i građana u digitalnom i medijskom prostoru, i donošenju svakodnevnih odluka.

CILJEVI KAMPANJE

1. Predstavljanje rezultata istraživanja i indeksa medijske i digitalne pismenosti široj javnosti
2. Podizanje nivoa svesti građanki i građana o medijskoj i digitalne pismenosti
3. Povećanje interesovanja javnosti i predstavljanje važnosti tema medijske i digitalne pismenosti
4. Stvaranje prostora za dijalog sa širom javnošću o temama medijske i digitalne pismenosti

CILJNA GRUPA

Šira javnost, od 18 do 60 godina, muškarci i žene, svih nivoa obrazovanja, koji prate dnevno-informativni sadržaj



LISTA I OPIS ZADATAKA

Inicijativa za novu digitalnu i medijsku pismenost: Nabavka usluga zakupa medijskog prostora na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i kablovskim TV stanicama, veb-portalima i bilbordima, PR usluga i angažovanja influensera				
Lot 1				
Zadaci	Opis	Detalji	Rok isporuke	Ostalo/benefiti
Zadatak 1: TV kampanja				
NAPOMENA: Potrebno je da u TV miksu budu zastupljene: barem jedna televizija sa nacionalnom frekvencijom, i regionalne i lokalne TV stanice u Srbiji.				
1.1	Detaljan medija plan TV kampanje (teaser i reveal TV spotovi)	Dati predlog kanala, termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	14. avgust 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.2	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na RTS-u	Dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	1-14. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.3	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na TV PRVA	Dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	1-14. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.4	Emitovanje teaser TV spota u trajanju od 10 sekundi na B92	Dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	1-14. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.5	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na RTV PINK	Dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	1-14. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.6	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na regionalnim i lokalnim televizijama u Srbiji	Dati predlog minimum 40 regionalnih i lokalnih TV stanica, bez beogradskih TV stanica. Takođe, dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	1-14. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.7	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na RTS-u	Dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	15-28. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor



propulsion

1.8	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na TV PRVA	Dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	15-28. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.9	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na B92	Dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	15-28. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.10	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na RTV PINK	Dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	15-28. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.11	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na regionalnim i lokalnim televizijama u Srbiji	Dati predlog minimum 40 regionalnih i lokalnih TV stanica, bez beogradskih TV stanica. Takođe, dati predlog termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	15-28. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
1.12	Podnošenje izveštaja	Izveštaj se podnosi na sedmičnom i mesečnom nivou.	septembar 2020.	
Lot 2				
Zadaci	Opis	Detalji	Rok isporuke	Ostalo/benefiti
Zadatak 2: TV kampanja na kablovskim kanalima United Media/Cas Media				
2.1	Detaljan medija plan TV kampanje (teaser i reveal TV spotovi)	Dati predlog kanala, termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	14. avgust 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
2.2	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na kablovskim kanalima United Media/Cas Media	Dati predlog kanala, termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	1-14. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
2.3	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na kablovskim kanalima United Media/Cas Media	Dati predlog kanala, termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	15-28. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
2.4	Podnošenje izveštaja	Izveštaj se podnosi na sedmičnom i mesečnom nivou.	septembar 2020.	



propulsion

Lot 3				
Zadaci	Opis	Detalji	Rok isporuke	Ostalo/benefiti
Zadatak 3: TV kampanja na kablovskim kanalima Telekom Srbija Grupe				
3.1	Detaljan medija plan TV kampanje (teaser i reveal TV spotovi)	Dati predlog kanala, termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	14. avgust 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
3.2	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na kablovskim kanalima Telekom Srbija Grupe	Dati predlog kanala, termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	1-14. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
3.3	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na kablovskim kanalima Telekom Srbija Grupe	Dati predlog kanala, termina emitovanja, broja emitovanja i pojedinačne cene.	15-28. septembra 2020.	Besplatni minuti za oglašavanje, dodatni PR prostor
3.4	Podnošenje izveštaja	Izveštaj se podnosi na sedmičnom i mesečnom nivou.	septembar 2020.	
Lot 4				
Zadaci	Opis	Detalji	Rok isporuke	Ostalo/benefiti
Zadatak 4: OOH kampanja				
4.1	Detaljan plan oglašavanja	Dati predlog gradova i lokacija u gradovima u Srbiji (bez Beograda) u kojima bi bili postavljeni digitalni bilbordi. Za digitalne bilborde u Beogradu, dati predlog najadekvatnijih lokacija digitalnih bilborda. Za svaku ponuđenu lokaciju digitalnog bilborda, dati pojedinačnu cenu.	14. avgust 2020.	Besplatno oglašavanje
4.2	Digitalni bilbordi		Teaser faza: 1-14. septembra 2020. Reveal faza: 15- 28. septembra 2020.	
4.3	Podnošenje izveštaja	Izveštaj se podnosi na sedmičnom i mesečnom nivou.	septembar 2020.	



propulsion

Lot 5				
Zadaci	Opis	Detalji	Rok isporuke	Ostalo/benefiti
Zadatak 5: Guerilla promocija				
5.1	Posteri (format: A1, tiraž: 1000)	Dostaviti spisak pozicija u Beogradu, Novom Sadu i Nišu na kojima će biti postavljeni poster. Cena treba da uključi usluge štampe i postavljanja postera.	1-14. septembra 2020.	Drugi vidovi besplatne promocije
5.2	Podnošenje izveštaja	Izveštaj se podnosi na sedmičnom i mesečnom nivou.	septembar 2020.	
Lot 6				
Zadaci	Opis	Detalji	Rok isporuke	Ostalo/benefiti
Zadatak 6: Digitalni marketing: Oglašavanje na internet portalima				
6.1	Detaljan plan oglašavanja	Preferirani portali: Blic, Kurir, B92, N1, Mondo Za svaki ponuđeni internet portal, dati pojedinačnu cenu oglašavanja.	14. avgust 2020.	Besplatno oglašavanje
6.2	Oglašavanje na internet portalima		Teaser faza: 1-14. septembra 2020. Reveal faza: 15- 28. septembra 2020.	
6.3	Podnošenje izveštaja	Izveštaj se podnosi na sedmičnom i mesečnom nivou.	septembar 2020.	



propulsion

Lot 7				
Zadaci	Opis	Detalji	Rok isporuke	Ostalo/benefiti
Zadatak 7: PR usluge				
7.1	Detaljan PR plan sa rokovima i aktivnostima	Dati pojedinačnu cenu svake PR aktivnosti.	14. avgust 2020.	Dodatna gostovanja, objavljeni novinarski i/ili PR tekstovi
7.2	Koordinacija medija	Tokom celog trajanja ugovornog perioda.	septembar - novembar 2020.	
7.3	Radni doručak sa novinarima	Predložiti koncept, lokaciju i prikazati detaljno troškove organizacije događaja.	1-14. septembra 2020.	
7.4	Plasman PR sadržaja (vesti, kolumne, članci, itd.) na najčitanijim portalima	Dati pojedinačnu cenu za plasman svakog PR sadržaja.	septembar - novembar 2020.	Dodatna gostovanja, objavljeni novinarski i/ili PR tekstovi
7.5	Ugovaranje TV gostovanja	Dati pojedinačnu cenu svakog TV gostovanja.	septembar - novembar 2020.	Dodatna gostovanja, objavljeni novinarski i/ili PR tekstovi
7.6	Press clipping	Press clipping je potrebno slati na dnevnom nivou.	septembar - novembar 2020.	
7.7	Krizni PR	U slučaju potrebe agencija će svoj rad na kriznom PR-u naplaćivati po radnom satu.	septembar - novembar 2020.	



propulsion

7.8	Public Affairs	Public Affairs treba da uključi PR tekstove i redakcijske tekstove, kao i pool eksperata koje će obezbediti Naručilac, a koji će gostovati na televizijama, portalima i drugim kanalima komunikacije i temu medijske i digitalne pismenosti staviti u fokus javnosti. Dati pojedinačnu cenu svake PA aktivnosti.	septembar - novembar 2020.	Dodatna gostovanja, objavljeni novinarski i/ili PR tekstovi
7.9	Podnošenje izveštaja	Izveštaj se podnosi na sedmičnom i mesečnom nivou.	septembar - novembar 2020.	
Lot 8				
Zadaci	Opis	Detalji	Rok isporuke	Ostalo/benefiti
Zadatak 8: Angažman influensera				
8.1	Angažman influensera	Dostaviti spisak 50 Instagram influensera sa 3.000+ pratilaca. Za svakog ponuđenog influensera, dati pojedinačnu cenu za svaki pojedinačni sadržaj. Influenseri treba da pokrivaju različite oblasti delovanja: beauty, lifestyle, teen, public figure, comedy, music, itd. Broj objava tokom trajanja obe faze promotivnih aktivnosti: 4 posta i 6 Story-ja.	Teaser faza: 1-14. septembra 2020. Reveal faza: 15- 28. septembra 2020.	
8.2	Podnošenje izveštaja	Izveštaj se podnosi na sedmičnom i mesečnom nivou.	septembar 2020.	

Svi isporučeni zadaci moraju biti unapred odobreni od strane programskog menadžera Naručioca i osmišljeni i sprovedeni u skladu sa tehničkim specifikacijama navedenim u Zahtevu i opisu posla.



propulsion

IZVEŠTAVANJE

Izabrani Ponuđač je u obavezi da na sedmičnom i mesečnom nivou dostavlja izveštaje o napretku programskom menadžeru Naručioca.

Sedmični izveštaj o napretku se šalje svake nedelje od potpisivanja ugovora. Izabrani Ponuđač je u obavezi da pošalje izveštaj Naručiocu najkasnije poslednjeg radnog dana (petak) tekuće nedelje.

Mesečni izveštaj o napretku se šalje svaki mesec od potpisivanja ugovora. Izabrani Ponuđač je u obavezi da pošalje izveštaj Naručiocu najkasnije poslednjeg radnog dana tekućeg meseca.

Takođe, od izabranog Ponuđača se očekuje i predaja finalnog izveštaja 10 radnih dana po završetku ugovorom dogovorenog posla.

OČEKIVANI PERIOD IZVRŠAVANJA USLUGA
3 meseca (90 dana)

CILJANI DATUM POČETKA KAMPANJE

1. septembar 2020.

KRAJNJI DATUM ZAVRŠETKA KAMPANJE

30. novembar 2020.

Izabrani Ponuđač mora poštovati definisanu dinamiku izvršenja usluga.



propulsion

OPIS ZAHTEVA

TEHNIČKA PONUDA

Tehnička ponuda uključuje:

1. Metodologiju rada sa detaljnim opisom kako će i kada biti isporučeni specifikovani zahtevi
2. Portfolio Ponuđača koji predstavlja izvršene usluge tražene u specifikaciji u vremenskom periodu od minimalno prethodne 4 godine
3. CV i kratka biografija članova tima Ponuđača kao i ključnih eksperata koji će biti angažovani na zadacima iz predmeta opisa posla
4. Najskorija potvrda o registraciji (kopija registracije pravnog lica)

Tehničku ponudu je potrebno poslati kao odvojen dokument od finansijske ponude. Naručilac zadržava pravo da odbaci bilo koju ponudu u čijem tehničkom delu budu navedene informacije o cenama.

FINANSIJSKA PONUDA

Finansijska ponuda uključuje popunjen i potpisan **Anekes 1 Troškovnik** koji se nalazi u prilogu.

Tabela 1: Pregled troškova po zadacima

	Isporuka	Cena		
		Po jedinici	Jedinice	Ukupno
	Opis			
	Lot 1			
1	Zadatak 1: TV kampanja			
1.1	Detaljan medija plan TV kampanje (teaser i reveal TV spotovi)			
1.2	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na RTS-u			
1.3	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na TV PRVA			
1.4	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na B92			
1.5	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na RTV PINK			
1.6	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na regionalnim i lokalnim televizijama u Srbiji			
1.7	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na RTS-u			
1.8	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na TV PRVA			
1.9	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na B92			
1.10	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na RTV PINK			
1.11	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na regionalnim i lokalnim televizijama u Srbiji			



propulsion

1.12	Podnošenje izveštaja			
Lot 2				
2	Zadatak 2: TV kampanja na kablovskim kanalima United Media/Cas Media			
2.1	Detaljan medija plan TV kampanje (teaser i reveal TV spotovi)			
2.2	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na kablovskim kanalima United Media/Cas Media			
2.3	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na kablovskim kanalima United Media/Cas Media			
2.4	Podnošenje izveštaja			
Lot 3				
3	Zadatak 3: TV kampanja na kablovskim kanalima Telekom Srbija Grupe			
3.1	Detaljan medija plan TV kampanje (teaser i reveal TV spotovi)			
3.2	Emitovanje teaser TV spota u trajanju do 10 sekundi na kablovskim kanalima Telekom Srbija Grupe			
3.3	Emitovanje reveal TV spota u trajanju do 10 sekundi na kablovskim kanalima Telekom Srbija Grupe			
3.4	Podnošenje izveštaja			
Lot 4				
4	Zadatak 4: OOH kampanja			
4.1	Detaljan plan oglašavanja			
4.2	Digitalni bilbordi			
4.3	Podnošenje izveštaja			
Lot 5				
5	Zadatak 5: Guerilla promocija			
5.1	Poster (format: A1, tiraž: 1000)			
5.2	Podnošenje izveštaja			
Lot 6				
6	Zadatak 6: Digitalni marketing: oglašavanje na internet portalima			
6.1	Detaljan plan oglašavanja			
6.2	Oglašavanje na internet portalima			
6.3	Podnošenje izveštaja			
Lot 7				
7	Zadatak 7: PR usluge			
7.1	Detaljan PR plan sa rokovima i aktivnostima			
7.2	Koordinacija medija			
7.3	Radni doručak sa novinarima			
7.4	Plasman PR sadržaja (vesti, kolumne, članci, itd.) na najčitanijim portalima			
7.5	Ugovaranje TV gostovanja			
7.6	Press clipping			
7.7	Krizni PR			
7.8	Public Affairs			
7.9	Podnošenje izveštaja			
Lot 8				
8	Zadatak 8: Angažman influensera			
8.1	Angažman influensera			
8.2	Podnošenje izveštaja			



propulsion

Napomena: TABELA 2. Angažman personala se pojedinačno prikazuje u datoj tabeli, ali je ujedno i sastavni deo ponude prikazane u TABELI 1. Pregled troškova po zadacima

Finansijska ponuda ne sme biti deo tehničke ponude i potrebno ju je poslati kao odvojen dokument.

Valuta i PDV:

Cene u ponudi moraju biti u RSD (srpski dinar) i bez PDV-a.

Cena mora da obuhvati ukupnu vrednost predloženih usluga navedenih u LOT-u ili LOT-ovima tokom trajanja kampanje.

Za potrebe prikaza detaljnog budžeta, Ponuđač može dodati nove linije.

Plaćanje izvršenih usluga će se izvršiti 30 dana nakon dobijanja računa i prihvaćenog mesečnog izveštaja. Cene izražene u ponudi moraju biti izražene po jednoj jedinici prema listi zadataka definisanih u tabeli. Naručilac će zajedno sa odabranim Ponuđačem dogovoriti broj jedinica potrebnih u realizaciji kampanje.

Rok trajanja ponude je 60 dana.

KVALIFIKACIJE I ISKUSTVO

- Minimalno 4 godine iskustva u pružanju usluga koje su predmet opisa posla
- Potrebno je da su u predloženom timu minimum 3 osobe zaposlene u stalnom radnom odnosu, od čega bar dvoje zaposlenih mora da se bavi specifičnim uslugama koje su predmet opisa posla.

KRITERIJUMI ZA EVALUACIJU I ODABIR NAJBOLJE PONUDE

Osnovni kriterijumi Komisije za donošenje odluke biće ekonomski najpovoljnija ponuda koja podrazumeva balans sledećih kriterijuma:

- Ispravnost dostavljene dokumentacije u skladu sa tehničkim i finansijskim zahtevima ponude;
- Mogućnost isporuke na vreme i dovršenje u traženom vremenskom okviru;
- Portfolio (godine iskustva i preporuke);
- Kapaciteti ispunjavanja zahtevane nabavke;
- Najbolji kvalitet u odnosu na cenu;
- Kvalitet ponude

Naručilac zadržava pravo da odabere različite Ponuđače za svaki od lotova ili da izabere više Ponuđača koji će sprovesti različite zadatke unutar istog lota.

KO SE MOŽE PRIJAVITI

Poziv je otvoren za sve medijske agencije, PR agencije i druge organizacije koje se bave digitalnim marketingom i/ili komunikacijama, registrovanim u Republici Srbiji.

Koaplikanti: Aplikaciju možete podneti udruženo odnosno u partnerstvu sa jednom ili više Ponuđača. Aplikant i svi partneri moraju biti registrovani u Srbiji.



propulsion

Aplikanti ili konzorcijumi mogu da se prijave za jedan ili više lotova u opisu posla.

U slučaju udruživanja/konzorcijuma, potrebno je da Ponuđač dostavi ugovor o konzorcijumu u kojem bi trebalo jasno biti navedeno vodeća kompanija/institucija/agencija koja će biti odgovorna za potpisivanje i sprovođenje ugovora sa Naručiocem. U tom slučaju, sve gore navedene zahteve moraju kumulativno ispunjavati svi članovi konzorcijuma.

DOKUMENTACIJA KOJU JE POTREBNO DOSTAVITI

1. Tehnička ponuda koja uključuje:
 - Metodologiju rada sa detaljnim opisom kako će i kada biti isporučeni specifikovani zahtevi
 - Portfolio Ponuđača koji predstavlja izvršene usluge tražene u specifikaciji u vremenskom periodu od minimalno prethodne 4 godine
 - CV i kratka biografija članova tima Ponuđača koji će biti angažovani na zadacima iz predmeta opisa posla
 - Najskorija potvrda o registraciji (kopija registracije pravnog lica)
2. Potpisana Finansijska ponuda u obrascu iz priloga

DUŽINA TRAJANJA UGOVORA

Ugovor s odabranim Ponuđačem sklapa se na period trajanja kampanje do dostavljanja svih materijala i može biti raskinut jednostrano od strane Naručioca ukoliko ne budu ispoštovani uslovi propisani ovim zahtevom.

U izuzetim okolnostima, Naručilac može zatražiti od Ponuđača da produži važenje Ponude u odnosu na ono što je prvobitno navedeno u ovom Zahtevu.

DODATNE NAPOMENE

Sva dokumenta i proizvodi, kreirani za kampanju kao deo obaveza iz ovog Zahteva, biće vlasništvo Naručioca i neće biti prihvaćeni, korišćeni, pušteni i/ili distribuirani bez prethodnog pismenog odobrenja izdatog od Naručioca.

Naručilac osnovan radi dobroćinog ostvarivanja opštekorisnih ciljeva u smislu definicije iz člana 2 stav 2 Zakona o zadužbinama i fondacijama („Službeni glasnik RS”, br. 88/10, 99/11 – dr. zakon i 44/18 – dr. zakon), sa sedištem u Beogradu na adresi Rankeova 16, ima svojstvo Rukovaoca u smislu definicije iz člana 2 stav 1 tačka 8) Zakona o zaštiti podataka o ličnosti („Službeni glasnik”, broj 87/2018, u daljem tekstu ZZPL) i strogo poštuje važeće zakonodavstvo i osigurava da se podaci o ličnosti sakupljaju i obrađuju u određene svrhe, poštujući princip minimizacije podataka i osigurava da se lični podaci čuvaju samo u vremenskom periodu potrebnom za postizanje svrhe za koju su prikupljeni, poštujući to da se podaci o ličnosti obrađuju isključivo u legitimne svrhe, da su precizni i aktuelni, da se obrađuju u skladu sa odgovarajućim pravnim osnovom, te da su zaštićeni od bilo kakvog neovlašćenog ili nelegalnog pristupa od strane internih ili eksternih lica. Detaljnije o politici privatnosti Naručioca možete pročitati ovde: <https://www.propulsion.one/propulsion-fond-politika-privatnosti/>





propulsion

Rankeova 16, Belgrade
Koturova 6, Sarajevo

propulsion.one

we@propulsion.one
m.me/propulsion.one