

## KIEGÉSZÍTŐ TÁJÉKOZTATÁS

Az alábbi tárgyú ajánlatkéréshez:  
„#ACCESS projektben grafikai és kommunikációs  
tevékenységek ellátása”

A 2023. november 13-án kelt, "Az #ACCESS projektben grafikai és kommunikációs tevékenységek ellátása" tárgyú felhívásunkra érkezett kérdésekre az alábbi kiegészítő tájékoztatást adjuk. Egyben jelezzük, hogy a felmerült kérdések nyomán, az Ajánlatkérő módosította a felhívás „Pénzügyi ellenszolgáltatás feltételeire” vonatkozó részét, valamint a „Háttérinformációk az alapfeladatokhoz” elnevezésű táblázatát. A felhívás módosítását csatolva küldjük a meghívott ajánlattevőknk.

### Az ajánlattételt HUF-ban kell megadni?

Igen. Az ajánlattételi lapon (ACCESS\_Design-01\_Ajanlatteteli-lap\_CESCI.docx) található táblázatnak megfelelően az árajánlat során magyar forintban (HUF) kell megadni az egyes alapfeladatokra vonatkozóan az alábbi összegeket: Nettó megbízási díj; ÁFA (szükség szerint); Bruttó megbízási díj.

### A kifizetés HUF-ban történik?

Igen.

### Az ajánlattételben megadott teljes összeg egyszeri kifizetéssel, az összes feladat teljesítése után, tehát kb. 2024 végén egy HUF tételben kerül kifizetésre? (Van-e lehetőség előleg kifizetésére, részletfizetésre vagy egyéb megoldásra pl. átalánydíjra stb.?)

A kérdés megválaszolása során az Ajánlatkérő szükségesnek ítélte a Felhívás módosítását, melyben lehetőséget teremt az alapfeladatonkénti részteljesítésre, továbbá a 3. alapfeladathoz kapcsolódóan előleg igénylésére. A Felhívás módosítását (ACCESS\_Design-01\_Felhivas\_mod1.pdf) jelen kiegészítő tájékoztatással együtt megküldjük az ajánlattételre meghívottaknak.

### Mivel a teljesítés mindenekelőtt EUR-ban történik, a külső partnerek szolgáltatásai is elsősorban EUR-ban kerülnek számlázásra, a szerződés kitér-e esetleges árfolyamingadozási kompenzálásra?

*(Az Ajánlatkérő megjegyzése a kérdés pontos értelmezésére vonatkozóan: A kérdésben szereplő teljesítés az Ajánlattevő általi megrendelésekre / alvállalkozói kifizetésekre vonatkozik. A Megbízó által fizetendő megbízási díj minden esetben magyar forintban (HUF) kerül megfizetésre.)*

A Megbízó az esetleges árfolyamingadozás kompenzálását nem tudja vállalni a szerződés keretében. Az árajánlatok meghatározása során kérjük az ajánlattételi felhívás vonatkozó részének alkalmazását: "Kérjük, hogy az árajánlat összegébe minden költség kerüljön beépítésre, tekintettel arra, hogy a nyertes ajánlattevő az ajánlatkérővel szemben semmilyen más jogcímen nem érvényesítheti egyéb, a teljesítés során felmerülő költségeit."

### Meghatározott-e ajánlatkérő olyan anyagi keretet, amelyet a projekt ill. a pályázatban részletezett feladatok költségei semmiképp sem haladhatnak meg?

Az ajánlatkérő előzetesen nem határoz meg költségplafont. Nyitott a piaci és szakmai szempontoknak megfelelő ajánlatokra, ugyanakkor jelezzük, hogy a Felhívás "6. Egyéb" pontjában szereplő kitételekre is: "Az ajánlatkérő fenntartja a jogot a beszerzési eljárás – indokolás nélküli – eredménytelenné nyilvánítására."

### **Az online hirdetési kampányok tekintetében az ajánlatnak a Google, illetve a Facebook felé fizetendő hirdetési keretösszeget is tartalmaznia kell? // A kampány esetében a set up, alapdíj és jutalékon kívül kéri-e, hogy hirdetési keretet is megadjunk, javasoljunk?**

Az ajánlatoknak csak ezen kampányok beállítására irányuló szakértői tevékenységet kell tartalmazniuk. A hirdetési keretösszegeket a konkrét költségi csomagnak megfelelően a Megbízó (adott esetben a Megbízott technikai közreműködésével) fogja teljesíteni. Indikatív javaslat azonban adható a szükséges hirdetési keretösszegekre vonatkozóan, ugyanakkor az nem képezi az értékelési rendszer részét.

### **Óriásplakát-kampány megvalósítása: A 3. oldalon a 3. pontban olvasható, hogy a Megbízóval közösen kiválasztott 16 határmenti településen kell, hogy megvalósuljon a projekt. Viszont a második oldalon a részletes kifejtésnél 8 db településről van szó. 8 vagy 16 db helyszínen kell megvalósítani a plakátkampányt? Az árat ez nagyban befolyásolja.**

Az ajánlatkérőnek csak a 8 db magyarországi helyszínen vonatkozóan kell ajánlatot adnia 3x2 hónapra vonatkozóan. A 16 db helyszín tévesen maradt benne a Felhívás 3. oldalának 3. pontjában. A szlovákiai kampányt a 2. alapeladatban elkészült grafikai tervek alapján a CESCI szlovákiai partnere, a CESCI Carpathia fogja beszerezni, megvalósítani.

### **Google hirdetési kampány: [...] A sikeres cél megvalósítása érdekében el lehet-e térni a Google hirdetésektől, vagy ez teljesen fix, projektben determinált kérés?**

A sikeres kampányok megvalósítása a Megbízó célja is, így az 5. alapeladatnál jelzett szakmai kreativitásra, rugalmasságra ("Az alapeladat része a sikeres kampány kereteinek (a láthatóság növelése érdekében hány és milyen jellegű postra, kampányra van szükség) Megbízóval egyeztetett módon történő meghatározása is.") ebben az esetben is lehetőség van. Ugyanakkor az ajánlatok összehasonlíthatósága érdekében, kérjük, hogy árajánlatukban egyértelműen jelezzék, egyrészt a sikeres kampány mix/stratégia kialakításának, másrészt az adott hirdetési felületen történő hirdetés technikai beállításának egységnyi megbízási díját (= **két értéket kérünk: kampány mix kialakításának díja; egy hirdetési kampány beállításának díja**). A teljesítés ellenszolgáltatási díja a ténylegesen beállított hirdetési kampányok függvényében kerül megfizetésre.

### **Van-e mennyiségi elvárás azzal kapcsolatban, hogy a kérdőívet hány fő töltse ki? // Van-e kitűzött cél a kérdőív kitöltők számát illetően?**

A folyamatban lévő kérdőívezéssel (<https://budapest.cesci-net.eu/access-kerdoivezes/>) szemben elvárt projektszintű kimeneti mutató 1200 kitöltés az 5 kérdőívre vonatkozóan összesen. A kérdőívek népszerűsítése nem csak az online kampányok keretében történik, ugyanakkor ezen online kampányok egyértelmű célja, hogy kimutatható és a fenti szám tekintetében releváns mértékű forgalmat generáljon a kérdőívek irányába. Kérjük, hogy árajánlatuk során indikatív jelleggel azt is jelezzék, hogy a kampányok eredményeként milyen kitöltési növekmény várható.

### **Ez lesz a kampány landing oldala? <https://budapest.cesci-net.eu/access-kerdoivezes/>**

Jelenleg ez a kérdőívezés landing oldala, és várhatóan a kérdőívezésre irányuló kampány ideje alatt is ez marad. Ezzel párhuzamosan folyamatban van az önálló projektoldal kialakítása, de a kérdőívezést támogató kampány lezárultáig várhatóan nem kerül publikálásra. A 4. és 6. alapeladaton belül szereplő további kampányok esetében (pl. online helpdesk népszerűsítése; rendezvényhez kapcsoló népszerűsítés) már az új projektoldalon publikálásra kerülő tartalmakat kell majd népszerűsíteni.

## Ez a kampány facebook oldala? <https://www.facebook.com/cescibudapest/>

A megadott linken a CESCI Facebook oldala található. A kérdőívezéshez kapcsolódó önálló Facebook oldal nincsen, csak az #ACCESS projekt számára lett létrehozva önálló oldal: <https://www.facebook.com/access.husk>  
A projekthez kapcsolódó közösségi médiás megjelenéseket ezen az oldalon keresztül kívánjuk megvalósítani.

## Meg tudják-e határozni pontosan a kampányok időtartamát?

Jelenleg csak a felhívásban szereplő pontossággal tudjuk meghatározni a kampányok várható időtartamát. Ugyanakkor jelezzük, hogy az Ajánlatkérő a kampányidőszakok pontos hosszát és időzítését a jelen felhívásban kiválasztásra kerülő szakértővel egyeztetve kívánja meghatározni. Továbbá felhívjuk a potenciális Ajánlattevők figyelmét egy fentebbi válaszukra is, melyben jelezzük, hogy az ajánlatok során csak a kampányok beállításához kapcsolódó szakértői díjat kell meghatározni, a szükséges hirdetési keretösszeget a Megbízó külön fizeti meg.

- **4/a: A kérdőívezéshez kapcsolódó kampány** tervezett időtartama: 2023. 12.01. – 2024.01.10.
- **4/b: Online helpdesk szolgáltatáshoz kapcsolódó kampány** időtartama: 3x30 nap, az óriásplakát-kampányok első 30 napjától számítva, másfél évre elosztva.
- **5. Facebook kampány a projekt Facebook oldalának népszerűsítése céljából:** A megbízás keretében megállapításra kerülő keretek szerint ("Az alapfeladat része a sikeres kampány kereteinek (a láthatóság növelése érdekében hány és milyen jellegű postra, kampányra van szükség) Megbízóval egyeztetett módon történő meghatározása is.")
- **6/a. A rendezvény online népszerűsítése:** A tervezett rendezvény várhatóan 2024. második félévében kerül megrendezésre, az érdeklődést támogató kampányt a regisztrációs időszakot megelőző 2-3 hétben kellett megvalósítani
- **6/c. A Megbízó YouTube csatornájára feltöltött marketing videó(k) népszerűsítése:** A tervezett rendezvény megvalósítását követően, 2-3 héten át tartók kampány.

## Meghatározható-e a pontos célcsoport, és célzott terület Magyarországon és Szlovákiában?

A célcsoportok pontosítására a megbízás keretében kerül sor a Megbízóval egyeztetett módon. Előzetesen annyit tudunk jelezni, hogy az egyes kampányok várhatóan eltérő célcsoportokat kell, hogy megcélozzanak.

- **Kérdőív - Élet:** Olyan szlovák állampolgárok, akik Szlovákiából a két legjelentősebb határon átnyúló, magyarországi szuburbanizációba költöztek át (1. Pozsony; 2. Kassa magyarországi szuburbanizációja)
- **Kérdőív - Bevásárlás:** A határ túloldalán gyakran vásárlók köre (magyarok Szlovákiában + szlovákok Magyarországon)
- **Kérdőív - Oktatás:** Olyan diákok és/vagy szülei, akik a határ túloldalára járnak iskolába (magyarországi lakosok Szlovákiába + szlovákiai lakosok Magyarországra)
- **Kérdőív - Munkavállalás:** Olyan munkavállalók, akik a határ túloldalára járnak dolgozni (magyarországi lakosok Szlovákiába + szlovákiai lakosok Magyarországra)
- **Online helpdesk:** Olyan személyek/vállalkozások, akik a határon átnyúló interakcióik során az alábbi területek valamelyikén problémával szembesültek: egészségügy / foglalkoztatás / szociális szolgáltatás / vásárlás, termékbeszerzés / vállalkozásindítás, vállalkozás működtetése / közlekedés / tanulás / minőségi kifogás / hatósági eljárás / nyelvi hozzáférés / egyéb
- **Rendezvény:** a magyar-szlovák határtérségben működő intézmények és szervezetek, valamint a téma iránt érdeklődő, európai tudományos és szakpolitikai szereplők
- **Marketing videó:** előbbi célcsoportok összessége

## Az arculati kézikönyvben a logó elkészítésén túl szükség lesz a kreatívok sablonjainak is az előkészítésére is?

A vonatozó alapfeladat keretében a meghatározó vizualizációs/design komponensek ökoszisztémájának fejlesztésére és összehangolására, valamint az alábbi komponensek kialakítására kell sort keríteni: projektlogó; e-mail aláírás; prezentációs sablon. További sablonok el(ő)készítése abban az esetben szükséges, ha azt a

Megbízott az egységes arculati megjelenés érdekében elengedhetetlennek tartja. Ennek díját azonban a Megbízó beleérti az arculati kézikönyvvel kapcsolatos fejlesztési, összehangolási tevékenységbe.

### **Online kampánynál (PPC) szükség lesz kreatívokra, képekre, legalább 10 féltre és szükség lesz szövegírássra és fordításra. Ezeket ki készíti el? Szintén a megbízott?**

A kérdésben felsorolt elemek közül a Megbízó az alábbi elemeket tudja biztosítani a PPC kampányokhoz:

- licenzelt stock fotók (freepik előfizetés keretében);
- saját tevékenységekről készített fotók;
- szakmai szövegírás, szlovák és angol fordítással.

### **Kampányidőszakban ki kezeli a Facebook oldalt, ki készíti a grafikát a posztokhoz és a szöveget?**

A Megbízó munkatársai. A postok jellegére, minőségére vonatkozó javaslatok azonban a megbízás keretében egyeztetésre kerülnek. ("Az alapfeladat része a sikeres kampány kereteinek (a láthatóság növelése érdekében hány és milyen jellegű posztra, kampányra van szükség) Megbízóval egyeztetett módon történő meghatározása is.")

### **Google és FB kampánynál a riport készítésének tartalmaznia kell a kitöltött kérdőívek kiértékelését is?**

Nem, csak a kampányok targetálási eredményeit. A kérdőívek kiértékelését a Megbízó végzi el.

### **Sajtómegjelenés pontban a PR, sajtóközlemény készítése egyértelmű. A három vagy több sajtótermékben való megjelenés garantálása azonban leginkább fizetett PR megjelenésekkel lehetséges. Van mód/büdzsé fizetett megjelenésre is, vagy kizárólag organikusban gondolkodhatunk?**

Alapvetően organikus megjelenítésben kellene gondolkodni. Amennyiben a rendezvény szervezése során a Megbízó mégis igényt tartana fizetett PR megjelenésre, az ehhez kapcsolódó megjelenítési költségek a Megbízót terhelik.

### **A videókészítésen túl a rendezvényen szükségük lenne esemény/rendezvény fotózásra esetleg?**

Kérjük, hogy a vonatkozó alapfeladatra (6.) vonatkozó ajánlatuk a rendezvényről készített 50 profi fotó készítésének díját is tartalmazza.