Nr sprawy: WUPXXV/3/0724/31/2016 Poznań, dnia 3 listopada 2016 r.

**Wszyscy uczestnicy postępowania**

**Dotyczy postępowania na: kompleksowe przygotowanie i produkcję reklamy (double billboard) wraz z jej emisją w Internecie w ramach kampanii promocyjnej Osi priorytetowej I Osoby młode na rynku pracy POWER 2014 - 2020 obejmującej swoim zasięgiem obszar województwa wielkopolskiego.**

W związku z prośbą o wyjaśnienie treści zapytania ofertowego w przedmiotowym postępowaniu, działając w trybie rozdziału 16 art. ust. 2 zapytania ofertowego, wyjaśniam, co następuje:

**Pytanie nr 1:**

Czy double billboard ma być wyświetlany na danym portalu w formie stałej Flat Fee czy naprzemiennie z innymi reklamami?

**Odpowiedź 1:**

Zamawiający dopuszcza możliwość wyświetlania double billboard naprzemiennie z innymi reklamami lub w formie stałej Flat Fee.

**Pytanie nr 2:**

Czy Wykonawca musi zapewnić konkretną liczbę odsłon przez 14 dni?

**Odpowiedź 2:**

Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania media planu kampanii oraz rezerwacji
i emisji reklamy w Internecie (wraz z zakupem czasu emisji) z uwzględnieniem grupy docelowej wskazanej przez Zamawiającego oraz terminu realizacji i czasu (okresu) trwania kampanii. Liczba odsłon jest elementem media planu podlegającego konsultacji
z Zamawiającym i pisemnej akceptacji. Portale/ serwisy internetowe powinny charakteryzować się liczbą odsłon na stronie średnio powyżej 80 000 miesięcznie. Zatem, Zamawiający wymaga, aby szacunkowa liczba odsłon na każdym z portali/ serwisów internetowych wynosiła co najmniej 40 000 przez cały okres trwania kampanii reklamowej.

**Pytanie nr 3:**

Dopuszczalna jest jedynie emisja na stronie głównej czy ROS (strona główna i podstrony)?

**Odpowiedź 3:**

Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia emisji (wraz z rezerwacją nośników i zakupem mediów, czasu emisji) double billboardu w górnej części poszczególnych serwisów/ portali, pod menu poziomym/ tzw. topem strony, a przed treściami właściwymi, zgodnie z media planem podlegającym konsultacji i pisemnej akceptacji Zamawiającego. Zamawiający wyjaśnia, iż emisja reklamy internetowej powinna mieć miejsce na stronie głównej lub na stronie głównej i podstronach (ROS).

Barbara Wyrzykiewicz

p.o. Kierownika Wydziału ds. Zamówień Publicznych

Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu