



Olsztyn, 31 stycznia 2020 r.

OGŁOSZENIE O ZAKOŃCZENIU DIALOGU TECHNICZNEGO

I. ZAMAWIAJĄCY:

Województwo Warmińsko-Mazurskie
ul. Emilii Plater 1
10-562 Olsztyn

II. DANE KONTAKTOWE ZAMAWIAJĄCEGO:

Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego
Departament Koordynacji Promocji
Ul. Głowackiego 17, p. 015
10-447 Olsztyn
tel. (89) 512 51 70
fax. (89) 512 51 79

Osoba odpowiedzialna za kontakty w ramach dialogu technicznego:
Piotr Burczyk – zastępca Dyrektora Departamentu Koordynacji Promocji
telefon: 89 512 51 70
e-mail: piotr.burczyk@warmia.mazury.pl

III. CEL I PRZEDMIOT DIALOGU TECHNICZNEGO:

Dialog techniczny przeprowadzono w związku z planem ogłoszenia postępowania w sprawie wyboru wykonawcy usługi pn. „Opracowanie koncepcji funkcjonowania stron internetowych i kanałów w mediach społecznościowych będących w zasobach Departamentu Koordynacji Promocji”.

Przedmiotem Dialogu technicznego było w szczególności:

1. zdefiniowanie opisu przedmiotu zamówienia;
2. zagadnienia techniczne, technologiczne i organizacyjne, związane z realizacją planowanego zamówienia;
3. oszacowanie wartości planowanego zamówienia;
4. oszacowanie czasu realizacji planowanego zamówienia;
5. poznanie najkorzystniejszych rozwiązań, w tym technicznych i technologicznych w dziedzinie będącej przedmiotem planowanego zamówienia;
6. zebranie informacji niezbędnych do opracowania dokumentacji planowanego zamówienia, w tym słownictwa specjalistycznego i branżowego, a także wstępnych koncepcji strategii komunikacji.

IV. OGŁOSZENIE DIALOGU TECHNICZNEGO

Ogłoszenie zostało zamieszczone w Biuletynie Informacji Publicznej Urzędu Marszałkowskiego w dniu 25.10.2019 r. (zgłoszenia do dnia 29.11.2019 r.). Zamawiający nie wysyłał zaproszeń bezpośrednio do potencjalnych oferentów.

V. UCZESTNICY DIALOGU TECHNICZNEGO

W Dialogu technicznym uczestniczyli następujący Wykonawcy:

1. Panda Marketing sp. z o.o.;
2. Nettom;
3. Projekt PR;
4. Lenart Interactive.

VI. FORMA PROWADZONEGO DIALOGU

Dialog techniczny prowadzono w formie indywidualnych spotkań Zamawiającego z podmiotami, które spełniły warunki formalne, zawarte w regulaminie dialogu technicznego i zgłosiły chęć udziału w dialogu.

W styczniu 2020 r. przeprowadzono cztery spotkania w siedzibie Zamawiającego, (w tym trzy bezpośrednio, jedno za pośrednictwem połączenia internetowego), które odbyły się w następujących terminach:

1. Panda Marketing sp. z o.o. w dniu 14 stycznia 2020 r.
2. Nettom w dniu 15 stycznia 2020 r.
3. Projekt PR w dniu 17 stycznia 2020 r.
4. Lenart Interactive w dniu 20 stycznia 2020 r.

VII. REZULTATY DIALOGU TECHNICZNEGO.

Wszyscy uczestnicy dialogu technicznego podjęli próby zdefiniowania przedmiotu opisu przedmiotu zamówienia, udzielili niezbędnych informacji w zakresie zagadnień technicznych, istotnych warunków umowy i in., niezbędnych do opracowania specyfikacji istotnych warunków zamówienia, a także przedstawili wstępne koncepcje na opracowanie strategii komunikacji województwa w social media i na stronach internetowych.

Firmy przedstawiły następujące koncepcje:

1. Panda Marketing sp. z o.o. - wstępna koncepcja zakładała m.in. redukcję liczby profili internetowych (dopasowanych do ok. 5 grup odbiorców) i stron internetowych (włączenie słabszych stron w struktury silniejszych), będących w zasobach Departamentu Koordynacji Promocji oraz optymalizację narzędzi, stworzenie standardu zlecenia kampanii reklamowych i opracowanie spójnej koncepcji wizualnej.
2. Nettom – wstępna koncepcja zakładała redukcję liczby profili internetowych (do jednego) i stron internetowych (do jednej, w ramach której powstanie tzw. Multisite) oraz wprowadzenie nowych narzędzi (np. newsletter), uspoźnienie koncepcji graficznej i opracowanie instrukcji polityki komunikacji.
3. Projekt PR – wstępna koncepcja opiera się na redukcji stron internetowych do jak najmniejszej liczby (wraz z analizą działań niezbędnych pod kątem SEO) oraz integracji i scalenia profili w social mediach zbliżonych tematycznie, a także przygotowania zasad zlecenia kampanii reklamowych.
4. Lenart Interactive – wstępna koncepcja przewiduje połączenie profili social media w jeden (poza profilami związanymi z funduszami unijnymi) i stron internetowych w jedną, wstępne założenia dotyczące zlecenia kampanii reklamowych, opracowanie spójnej identyfikacji wizualnej i audyt user experience oraz wypracowanie wytycznych nie w formie opracowania, a w ramach warsztatów.