



Wrocław, dn.25.03.2015

Prodefinity Sp. z o.o.
Ul. Marcelego Nenckiego 136A
52-213 Wrocław
NIP 8992743687

Zapytanie ofertowe nr 1/POIG 8.1/2015

W związku z realizacją projektu pn. „*TMS Online – zaawansowane narzędzie umożliwiające mikro i małym przedsiębiorstwom z branży TSL zarządzanie działalnością operacyjną*” w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, Działanie 8.1. firma Prodefinity Sp. z o.o. zaprasza do składania ofert na wykonanie następujących elementów projektu w ramach kategorii *Promocja projektu*:

Przedmiot zapytania ofertowego:

1. Opracowanie strategii promocji - 1 usługa, termin realizacji maksymalnie do 30.04.2015 r.
2. Promocja przez Internet w kraju Etap I - 1 usługa, termin realizacji maksymalnie do 30.04.2015
3. Promocja przez Internet w kraju Etap II - 1 usługa termin realizacji od 01.05.2015r. do 31.10.2015r.
4. Promocja przez Internet zagranica Etap I - 1 usługa, termin realizacji maksymalnie do 30.04.2015
5. Promocja przez Internet zagranica Etap II - 1 usługa, termin realizacji od 01.05.2015r. do 31.10.2015r.
6. Marketing tradycyjny w kraju Etap I - 1 usługa, termin realizacji maksymalnie do 30.04.2015
7. Marketing tradycyjny w kraju Etap II - 1 usługa, termin realizacji od 01.05.2015r. do 31.10.2015r.
8. Marketing tradycyjny zagranica Etap I - 1 usługa termin realizacji maksymalnie do 30.04.2015
9. Marketing tradycyjny zagranica Etap II - 1 usługa, termin realizacji od 01.05.2015r. do 31.10.2015r.



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

Opis projektu:

Projekt polega na stworzeniu zaawansowanej oraz innowacyjnej e-usługi, która będzie pozwalała użytkownikom na: Ewidencje transportów, Komunikowanie i wysyłanie przypomnień, Kontrole informacji na temat finansów, zastosowanie kalkulatora diet kierowców, obliczanie kosztów pojazdów, inteligentne raportowanie z generowaniem statystyk dotyczących działalności operacyjnej przedsiębiorstw logistycznych z wykorzystaniem technologii MOLAP, wykorzystanie funkcji CRM, agregacje i anonimową analizę danych, automatyczne generowanie zindywidualizowanych szablonów dokumentów dostosowanych do potrzeb firm działających w branży transportowej, korzystanie z interaktywnej mapy postojów pojazdów oraz kierowców, stworzonej na podstawie informacji podawanych w systemie (trasa, ślad GPS, zaplanowane lub wymuszone postoje), zautomatyzowana integracje narzędzi wykorzystywanych przez firmy logistyczne.

Opis przedmiotu zapytania ofertowego:

I.p.	Nazwa i opis	Termin realizacji	Jednostka miary
(a)	(b)	(c)	(d)
1.	<p>Opracowanie strategii promocji Przygotowana Strategia pozwoli w sposób szczegółowy określić działania promocyjne, które przyniosą najbardziej wymierne dla projektu efekty i pozwoli wskazać szczegółowe elementy/narzędzia promocyjne wraz z zaplanowanym budżetem na realizację poszczególnych zadań.</p> <p>W celu osiągnięcia założonych celów biznesowych Strategia promocji powinna zostać przygotowana w oparciu o wykorzystanie dwóch podstawowych kanałów promocji:</p> <p>1) Promocja przez Internet w kraju oraz zagranicą Ze względu na miejsce funkcjonowania e-usługi (Internet) jest to kluczowe narzędzie promocji. Strategia promocji umożliwi szczegółowe zdefiniowanie narzędzi, które zostaną wykorzystane w trakcie realizacji promocji projektu. Zamawiający zakłada, iż wśród tych narzędzi powinna znaleźć się promocja w portalach branżowych w Polsce oraz w Niemczech. Zamawiający określa także zapotrzebowanie Na bazowe działanie promocyjne e-usługi w Internecie czyli budowę strony serwisu TMS Online.</p>	maksymalnie do 30/04/2015	1 usługa, 120 roboczogodzin (Rbh)

Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

	<p>Szczegółowy opis narzędzi powinien znaleźć się w Strategii promocji.</p> <p>2) Marketing tradycyjny w kraju oraz zagranicą. W ramach tego zadania Strategia promocji powinna obejmować dokładny opis narzędzi z następującej grupy:</p> <ul style="list-style-type: none">• Promocja e-usługi w prasie branżowej• Przygotowanie materiałów reklamowych - Wizytówki, ulotki, długopisy, notatniki, kalendarze.• Udział w konferencjach branżowych		
2.	<p>Promocja przez Internet w kraju Etap I Powyższa promocja powinna obejmować następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wykonanie serwisu TMS Online wraz z niezbędnymi projektami graficznymi.• Kampania SEO (Search engine optimization) - obejmująca działania zmierzające do osiągnięcia przez dany serwis internetowy jak najwyższej pozycji w wynikach organicznych wyszukiwarek internetowych dla wybranych słów i wyrażen kluczowych. Pozycjonowanie jest elementem szeroko pojętego marketingu internetowego.• Kampanie SEM (Search Engine Marketing) - czyli promocja serwisu w wyszukiwarkach internetowych - oparta na umieszczeniu łączy (linków) do promowanej strony WWW. Łączy te, są wyświetlane na czołowych pozycjach w wyszukiwarkach internetowych dla wybranych fraz i słów kluczowych. Jest to jedna z najbardziej opłacalnych form e-marketingu mająca szerokie możliwości oceny efektów inwestycji, możliwość odniesienia korzyści zarówno w krótkim jak i dłuższym okresie czasu w postaci dotarcia do targetu z przekazem reklamowym. <p>Szczegółowy zakres oraz budżet prac zostanie wskazany w Strategii promocji.</p>	maksymalnie do 30/04/2015	1 usługa
3.	<p>Promocja przez Internet w kraju Etap II Powyższa promocja powinna obejmować następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none">• Promocja w portalach branżowych w zapewniająca dotarcie do wybranych grup odbiorców, dzięki linkom sponsorowanym wzrasta sprzedaż produktów, kampania linków sponsorowanych zwiększa rozpoznawalność firmy, linki sponsorowane są doskonałym	od 01/05/2015 do 31/10/2015	1 usługa



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

	<p>uzupełnieniem pozycjonowania strony</p> <ul style="list-style-type: none">• Kampania SEO (Search engine optimization) - obejmująca działania zmierzające do osiągnięcia przez dany serwis internetowy jak najwyższej pozycji w wynikach organicznych wyszukiwarek internetowych dla wybranych słów i wyrażeń kluczowych. Pozycjonowanie jest elementem szeroko pojętego marketingu internetowego.• Kampanie SEM (Search Engine Marketing) - czyli promocja serwisu w wyszukiwarkach internetowych - oparta na umieszczeniu łączy (linków) do promowanej strony WWW. Łączy te, są wyświetlane na czołowych pozycjach w wyszukiwarkach internetowych dla wybranych fraz i słów kluczowych. Jest to jedna z najbardziej opłacalnych form e-marketingu mająca szerokie możliwości oceny efektów inwestycji, możliwość odniesienia korzyści zarówno w krótkim jak i dłuższym okresie czasu w postaci dotarcia do targetu z przekazem reklamowym. <p>Szczegółowy zakres oraz budżet prac zostanie wskazany w Strategii promocji.</p>		
4.	<p>Promocja przez Internet zagranica Etap I</p> <p>Powyższa promocja powinna obejmować następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wykonanie serwisu TMS Online wraz z niezbędnymi projektami graficznymi, dostosowanego dla odbiorcy z zagranicy.• Kampania SEO (Search engine optimization) - obejmująca działania zmierzające do osiągnięcia przez dany serwis internetowy jak najwyższej pozycji w wynikach organicznych wyszukiwarek internetowych dla wybranych słów i wyrażeń kluczowych. Pozycjonowanie jest elementem szeroko pojętego marketingu internetowego.• Kampanie SEM (Search Engine Marketing) - czyli promocja serwisu w wyszukiwarkach internetowych - oparta na umieszczeniu łączy (linków) do promowanej strony WWW. Łączy te, są wyświetlane na czołowych pozycjach w wyszukiwarkach internetowych dla wybranych fraz i słów kluczowych. Jest to jedna z najbardziej opłacalnych form e-marketingu mająca szerokie możliwości oceny efektów inwestycji, możliwość odniesienia korzyści zarówno w krótkim jak i	maksymalnie do 30/04/2015	1 usługa



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

	dłuższym okresie czasu w postaci dotarcia do targetu z przekazem reklamowym. Szczegółowy zakres oraz budżet prac zostanie wskazany w Strategii promocji.		
5.	<p>Promocja przez Internet zagranica Etap II Powyższa promocja powinna obejmować następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocja w portalach branżowych w zapewniająca dotarcie do wybranych grup odbiorców, dzięki linkom sponsorowanym wzrasta sprzedaż produktów, kampania linków sponsorowanych zwiększa rozpoznawalność firmy, linki sponsorowane są doskonałym uzupełnieniem pozycjonowania strony • Kampania SEO (Search engine optimization) - obejmująca działania zmierzające do osiągnięcia przez dany serwis internetowy jak najwyższej pozycji w wynikach organicznych wyszukiwarek internetowych dla wybranych słów i wyrażeń kluczowych. Pozycjonowanie jest elementem szeroko pojętego marketingu internetowego. • Kampanie SEM (Search Engine Marketing) - czyli promocja serwisu w wyszukiwarkach internetowych - oparta na umieszczeniu łączy (linków) do promowanej strony WWW. Łączy te, są wyświetlane na czołowych pozycjach w wyszukiwarkach internetowych dla wybranych fraz i słów kluczowych. Jest to jedna z najbardziej opłacalnych form e-marketingu mająca szerokie możliwości oceny efektów inwestycji, możliwość odniesienia korzyści zarówno w krótkim jak i dłuższym okresie czasu w postaci dotarcia do targetu z przekazem reklamowym. <p>Szczegółowy zakres oraz budżet prac zostanie wskazany w Strategii promocji.</p>	Od 01/05/2015 do 31/10/2015	1 usługa
6.	<p>Marketing tradycyjny w kraju Etap I W ramach tego zadania powinny zostać zrealizowane zadania z zakresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocja TMS Online w prasie branżowej. Opracowanie materiałów prasowych przeznaczonych do dystrybucji w kolejnym etapie • Przygotowanie materiałów reklamowych. Wizytówki, ulotki, długopisy, notatniki, kalendarze. Ważne miejsce we wstępnym zarysowanym planie marketingowym dla projektu zajmuje opracowanie materiałów reklamowych 	maksymalnie do 30/04/2015	1 usługa



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

	<p>promujących e-usługę. Przygotowana strategia promocji umożliwi zdefiniowanie projektów graficznych materiałów, wybór konkretnych rodzajów materiałów oraz wyselekcjonowanie podmiotów do których będą dostarczone.</p> <p>Szczegółowy zakres oraz budżet prac zostanie wskazany w Strategii promocji.</p>		
7.	<p>Marketing tradycyjny w kraju Etap II</p> <p>W ramach tego zadania powinny zostać zrealizowane zadania z zakresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocja TMS Online w prasie branżowej. Zakładane jest zamieszczenie reklamy w czasopismach profesjonalnie zajmujących się tematyka transportu na rynku polskim. Wybrane zostaną popularne wśród grup docelowych czasopisma, tak by zapewnić dotarcie do maksymalnej liczby potencjalnych klientów e-usługi. Za pomocą tej reklamy potencjalni klienci zostaną poinformowani o zakresie funkcjonalności i zaawansowaniu e-usługi, celem tych działań będzie przede wszystkim budowanie rozpoznawalności e-usługi. • Przygotowanie materiałów reklamowych - Wizytówki, ulotki, długopisy, notatniki, kalendarze. Ważne miejsce we wstępnym zarysowanym planie marketingowym dla projektu zajmuje opracowanie materiałów reklamowych promujących e-usługę. Przygotowana strategia promocji umożliwi zdefiniowanie projektów graficznych materiałów, wybór konkretnych rodzajów materiałów oraz wyselekcjonowanie podmiotów do których będą dostarczone. • Udział w targach konferencjach branżowych - w ramach promocji droga tradycyjna Zakładane jest uczestnictwo w ważnych konferencjach poświęconych branży TLS w kraju. <p>Szczegółowy zakres oraz budżet prac zostanie wskazany w Strategii promocji.</p>	<p>Od 01/05/2015 do 31/10/2015</p>	1 usługa
8.	<p>Marketing tradycyjny zagranicą Etap I</p> <p>W ramach tego zadania powinny zostać zrealizowane zadania z zakresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocja TMS Online w prasie branżowej. Opracowanie materiałów prasowych przeznaczonych do dystrybucji w kolejnym etapie • Przygotowanie materiałów reklamowych - Wizytówki, ulotki, długopisy, notatniki, 	<p>Maksymalnie do 30/04/2015</p>	1 usługa

Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

	<p>kalendarze. Ważne miejsce we wstępnie zarysowanym planie marketingowym dla projektu zajmuje opracowanie materiałów reklamowych promujących e-usługę. Przygotowana strategia promocji umożliwi zdefiniowanie projektów graficznych materiałów, wybór konkretnych rodzajów materiałów oraz wyselekcjonowanie podmiotów do których będą dostarczone.</p> <p>Wszystkie zadania mają na celu budowanie pozytywnego wizerunku e-usługi. Szczegółowy zakres oraz budżet prac zostanie wskazany w Strategii promocji.</p>		
9.	<p>Marketing tradycyjny zagranica Etap II W ramach tego zadania powinny zostać zrealizowane zadania z zakresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocja TMS Online w prasie branżowej. Zakładane jest zamieszczenie reklamy w czasopismach profesjonalnie zajmujących się tematyka transportu na rynku polskim. Wybrane zostaną popularne wśród grup docelowych czasopisma, tak by zapewnić dotarcie do maksymalnej liczby potencjalnych klientów e-usługi. Za pomocą tej reklamy potencjalni klienci zostaną poinformowani o zakresie funkcjonalności i zaawansowaniu e-usługi, celem tych działań będzie przede wszystkim budowanie rozpoznawalności e-usługi. • Przygotowanie materiałów reklamowych - Wizytówki, ulotki, długopisy, notatniki, kalendarze. Ważne miejsce we wstępnie zarysowanym planie marketingowym dla projektu zajmuje opracowanie materiałów reklamowych promujących e-usługę. Przygotowana strategia promocji umożliwi zdefiniowanie projektów graficznych materiałów, wybór konkretnych rodzajów materiałów oraz wyselekcjonowanie podmiotów do których będą dostarczone. • Udział w targach konferencjach branżowych - w ramach promocji droga tradycyjna Zakładane jest uczestnictwo w ważnych konferencjach poświęconych branży TLS za granicą. <p>Wszystkie zadania mają na celu budowanie pozytywnego wizerunku e-usługi. Szczegółowy zakres oraz budżet prac zostanie wskazany w Strategii promocji</p>	<p>Od 01/05/2015 do 31/10/2015</p>	1 usługa



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych - rozpatrywane będą tylko oferty kompletne. Zamawiający zastrzega sobie możliwość realizacji przedmiotu zamówienia w ramach odrębnych umów.

Kryteria wyboru:

I. Kryteria obligatoryjne:

1. Wypełnienie formularza ofertowego stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego
2. Podanie ceny netto w PLN za każdy produkt z osobna; oraz łącznej ceny netto w PLN.
3. Termin ważności oferty (minimum 2 miesiące od daty wystawienia).

Kryteria punktowe:

Kryteria wyboru	Znaczenie
Łączna cena netto w PLN	80%
Doświadczenie w zakresie realizacji kampanii promocyjnych	20%

Sposób oceny oferty w poszczególnych kryteriach:

a) Punkty w ramach kryterium „*Łączna cena netto w PLN*” będą przyznawane wg następującej formuły:

$$A_n = \frac{C_{\min}}{C_r} \times 100 \times 80\%$$

C min – cena minimalna w zbiorze

C r – cena oferty rozpatrywanej

b) *Doświadczenie w zakresie realizacji kampanii promocyjnych* (rozumiane jako podanie przykładów przeprowadzonych przez oferenta kampanii promocyjnych oraz danych kontaktowych (imię i nazwisko, numer telefonu lub adres e-mail) do osób, które potwierdzą realizację tych kampanii.

Punkty w ramach kryterium *Doświadczenie w zakresie realizacji kampanii promocyjnych* - będą przyznawane od 0 do 20, weryfikowane według następującej zasady:

- 0 kampanii – 0 punktów,

Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

- od 1 do 2 kampanii włącznie – 5 punktów,
- powyżej 2 do 4 kampanii włącznie – 10 punktów
- powyżej 4 do 6 kampanii włącznie – 15 punktów
- powyżej 6 kampanii – 20 punktów

Miejsce składania ofert:

1. Osobiście w siedzibie firmy przy ul. Marcelego Nenckiego 136A, 52-2013 Wrocław
2. Poczta, listem poleconym na adres firmy ul. Marcelego Nenckiego 136A, 52-2013 Wrocław
3. Lub na adres mailowy biuro@prodefinity.com

Zastrzeżenia

Niniejsze zapytanie ofertowe nie zobowiązuje firmy Prodefinity Sp. z o.o. do żadnego określonego działania.

- Wydanie niniejszego zapytania ofertowego nie zobowiązuje firmy Prodefinity Sp. z o.o. do akceptacji oferty, w całości lub części i nie zobowiązuje firmy Prodefinity Sp. z o.o. do składania wyjaśnień czy powodów akceptacji lub odrzucenia oferty.
- Prodefinity Sp. z o.o. nie może być pociągana do odpowiedzialności za jakiegokolwiek koszty czy wydatki poniesione przez oferentów w związku z przygotowaniem i dostarczeniem oferty.
- Prodefinity Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo w każdej chwili do zmian całości lub części zapytania ofertowego.

Termin dostarczania ofert upływa w dniu: 06.04.2015



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

ZAŁĄCZNIK NR 1 do zapytania ofertowego nr 1/POIG 8.1/2015 - formularz ofertowy

....., dn.
Miejscowość i data*

.....

.....

.....

Nazwa firmy i dane adresowe*

Oferta dla Prodefinity Sp. z o.o.
ul. Marcelego Nenckiego 136A, 52-213 Wrocław

W odpowiedzi na zapytanie ofertowe dotyczące zrealizowania działań promocyjnych:

1. Opracowanie strategii promocji - 1 usługa
2. Promocja przez Internet w kraju Etap I - 1 usługa
3. Promocja przez Internet w kraju Etap II - 1 usługa
4. Promocja przez Internet zagranica Etap I - 1 usługa
5. Promocja przez Internet zagranica Etap II - 1 usługa
6. Marketing tradycyjny w kraju Etap I - 1 usługa
7. Marketing tradycyjny w kraju Etap II - 1 usługa
8. Marketing tradycyjny zagranica Etap I - 1 usługa
9. Marketing tradycyjny zagranica Etap II - 1 usługa

Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu
Rozwoju Regionalnego



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

przedkładam ofertę zgodną ze wskazanym przedmiotem zapytania:

1. Łączna cena netto: PLN*, w tym:

Ceny netto poszczególnych produktów:

L.p.	Nazwa produktu	Cena netto w PLN*
1	Opracowanie strategii promocji - 1 usługa	
2	Promocja przez Internet w kraju Etap I - 1 usługa	
3	Promocja przez Internet w kraju Etap II - 1 usługa	
4	Promocja przez Internet zagranica Etap I - 1 usługa	
5	Promocja przez Internet zagranica Etap II - 1 usługa	
6	Marketing tradycyjny w kraju Etap I - 1 usługa	
7	Marketing tradycyjny w kraju Etap II - 1 usługa	
8	Marketing tradycyjny zagranica Etap I - 1 usługa	
9	Marketing tradycyjny zagranica Etap II - 1 usługa	

2. *Doświadczenie w zakresie realizacji kampanii promocyjnych* – Oferent zobowiązany jest podać rodzaj przeprowadzonej kampanii promocyjnej oraz dane kontaktowe – imię i nazwisko oraz numer telefonu osoby, która potwierdzi realizację zadania).

Rodzaj przeprowadzonej kampanii promocyjnej *	Dane kontaktowe (imię i nazwisko oraz numer telefonu) osoby, która potwierdzi realizację kampanii*

Oferta jest ważna do (*minimum 2 miesiące od daty wystawienia*)*

Jednocześnie składam następujące oświadczenia:

1. Posiadam niezbędną wiedzę dotyczącą przedmiotu zamówienia.
2. Znajduję się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego



**INNOWACYJNA
GOSPODARKA**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



DOTACJE NA INNOWACJE. *Inwestujemy w waszą przyszłość.*

.....

Podpis wystawcy oferty*

*informacje obligatoryjne

Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu
Rozwoju Regionalnego