

Brzeźnica, 07.03.2018 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 1/1.4/IIIE/18
dot. realizacji usługi zaprojektowania 64 nowych produktów, przeprojektowania marki Pater, jej strategii oraz narzędzi wsparcia sprzedaży, zaprojektowania nowej marki, jej strategii oraz narzędzi wsparcia sprzedaży

Zamawiający:

Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Elżbieta i Jerzy Pater Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością
Ul. Dębicka 52
39-207 Brzeźnica
Tel: 14 680 89 55
NIP: 8722167713 REGON: 691752733

PPHU Elżbieta i Jerzy Pater Sp. z o.o. zaprasza do złożenia oferty na usługę doradczą polegającą na:

- **Zaprojektowaniu 64 nowych produktów - CZĘŚĆ 1:**
 - Kostka brukowa – 4 linie produktowe składające się z 3 detali (12 produktów) – MARKA PATER,
 - Kostka brukowa PREMIUM – 2 linie produktowe składające się z 5 detali (10 produktów) – NOWA MARKA PREMIUM,
 - Eko nawierzchnia – 2 linie produktowe składające się z 2 detali (4 produkty) – MARKA PATER,
 - Elementy wyposażenia ogrodów wykorzystujących technologię łupania – 1 linia produktowa składająca się z 11 detali (11 produktów) – MARKA PATER,
 - Elementy wyposażenia ogrodów PREMIUM – 1 linia produktowa składająca się z 9 detali (9 produktów) – NOWA MARKA PREMIUM,
 - Wielkogabarytowe detale przeznaczone dla przemysłu – 4 detale (4 produkty) – MARKA PATER,
 - Dekoracyjne elementy wykończenia wnętrz wykonanych z betonu architektonicznego – 4 linie produktowe (2 płaskie składające się z 3 detali każda, 2 linie produktowe - płyty 3D składające się z 4 detali każda) (14 produktów) – NOWA MARKA PREMIUM,
- **Przeprojektowaniu marki Pater, jej strategii oraz narzędzi wsparcia sprzedaży - CZĘŚĆ 2:**
 - Identyfikacja wizualna wraz z projektem logotypu oraz wzorami akcydensów i materiałów promocyjnych w zakresie marki Pater,
 - Zaprojektowanie materiałów wsparcia sprzedaży dla marki Pater,
 - Strategia komunikacji oraz plan promocji marki w Internecie w zakresie marki Pater,
 - Zaprojektowanie strony internetowej dla marki Pater,
 - Opracowanie programu lojalnościowego.
- **Zaprojektowaniu nowej marki, jej strategii oraz narzędzi wsparcia sprzedaży - CZĘŚĆ 3:**
 - Identyfikacja wizualna wraz z projektem logotypu oraz wzorami akcydensów i materiałów promocyjnych w zakresie nowej marki,
 - Stworzenie wsparcia sprzedaży w zakresie nowej marki,
 - Strategia komunikacji oraz plan promocji marki w Internecie w zakresie nowej marki,
 - Strona internetowa wraz ze sklepem internetowym oraz copywriting w zakresie nowej marki.

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

W ramach projektu pn. „WZROST KONKURENCYJNOŚCI SPÓŁKI PATER POPRZEZ WDROŻENIE STRATEGII WZORNICZEJ” realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś priorytetowa 1 Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.4 Wzór na konkurencję, Etap II, Wniosek o dofinansowanie projektu nr: POPW.01.04.00-18-0114/17.

Postępowanie prowadzone jest w formie zapytania ofertowego **zgodnie z zasadą konkurencyjności** obowiązującą w ramach Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w zakresie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020 (wytyczne horyzontalne) oraz Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020 (wytyczne programowe).

Postępowanie ofertowe toczy się z zachowaniem zasad wynikających z art. 44 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. z 2009 r., Nr 157, poz. 1240 ze zm.), tj. w sposób celowy i oszczędny, z zachowaniem zasad: uzyskania najlepszych efektów z danych nakładów i optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów.

1. Przedmiot zapytania ofertowego

1.1. Przedmiotem zapytania ofertowego jest zrealizowanie doradztwa polegającego na zaprojektowaniu 64 nowych produktów, przeprojektowaniu marki PATER, jej strategii oraz narzędzi wsparcia sprzedaży oraz zaprojektowaniu nowej marki, jej strategii oraz narzędzi wsparcia sprzedaży.

1.2 Opis Zamawiającego

Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe Elżbieta i Jerzy Pater Sp. z o.o. powstało w 2003 roku, jako spółka świadcząca usługi sprzętem budowlanym głównie dla Firmy Pater Sp. z o.o. W 2014 roku PPHU Elżbieta i Jerzy Pater Sp. z o.o. przejęła Firmę Pater Sp. z o.o. pozostawiając jako główną swoją działalność produkcję kostki brukowej oraz betonu towarowego.

Zamawiający posiada w swojej ofercie:

- Kostka brukowa i galanteria betonowa: kostka brukowa w różnych wzorach i wariantach w zależności od miejsca przeznaczenia, płyty chodnikowe, płyty tarasowe, palisady ring, obrzeża chodnikowe oraz trawnikowe, krawężniki drogowe, trawnikowce, gazony, pustaki szalunkowe, korytka ściekowe, kraty betonowe, dyble skarpowe, płyty drogowe zbrojone,
- Beton towarowy,
- Wykonywanie robót ziemnych: usuwanie darni, wykopy pod fundamenty, rowy odwadniające, zbiorniki wodne, sieci wodno kanalizacyjne, gazowe oraz energetyczne, drogi, nasypy, niwelowanie i równanie terenu, wyrównywanie skarpi oraz układanie ziemi roślinnej,

I. SZCZEGÓŁOWY ZAKRES USŁUGI

1.1. ZAPROJEKTOWANIE 64 NOWYCH PRODUKTÓW – CZĘŚĆ 1

Wszystkie realizowane usługi projektowania 64 nowych produktów winny być realizowane w następujących etapach projektowych:

a) Budowanie założeń projektowych

Celem etapu jest opracowanie założeń projektowych dla nowych produktów, poszukiwanie innowacji produktowej, na której można zbudować unikalną wartość.

b) Projekty koncepcyjne

Celem etapu jest opracowanie kilku koncepcji projektowych zróżnicowanych ze względu na formę, styl, funkcjonalności z których zostaną wybrane najlepsze do dalszej realizacji.

NA KAŻDY JEDEN Z 64 NOWYCH PRODUKTÓW WINNO PRZYPADAĆ MINIMUM 2 PROPOZYCJE PROJEKTÓW KONCEPCYJNYCH. ZATEM WYKONAWCA WINIEN PRZEDSTAWIĆ CO NAJMNIEJ 128 PROPOZYCJI PROJEKTÓW KONCEPCYJNYCH

3. Projekty szczegółowe

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

Celem etapu jest opracowanie finalnych projektów wzorniczych oraz przekazanie ich do konstrukcji wyrobu.

ZAKRES REALIZACJI USŁUG PROJEKTOWYCH:

1.1.1. Kostka brukowa – 4 linie produktowe składające się z 3 detali (12 produktów) – MARKA PATER

W ramach usługi należy się skupić nad stworzeniem nowych linii kostki brukowych, zróżnicowanych pod względem ceny, funkcji, stylistyki, jakości materiałów i wykończenia powierzchni. Produkty będą przeznaczone dla różnych odbiorców.

W zakresie projektowania produktów należy również uwzględnić fakt, iż nowe linie produktowe powinny:

- ✓ posiadać różne kształty i rozmiary modułów kostek brukowych,
- ✓ zawierać elementy odwadniające i odprowadzające wodę,
- ✓ zawierać elementy wykańczające – obrzegowania, krawężniki.

W zakresie procesu projektowego należy zastosować się do poniższych założeń:

- ✓ unikalne kształtowanie,
- ✓ kompleksowa oferta produktów zróżnicowanych pod względem formy i funkcji,
- ✓ modułowość pozwalająca na tworzenie własnych aranżacji,
- ✓ spójność stylistyczna wszystkich elementów,
- ✓ impregnacje zwiększające komfort użytkowania i funkcjonalność produktów,
- ✓ różne typy wykończenia powierzchni,
- ✓ rozbudowany system obrzegowań, krawężników będących uzupełnieniem kolekcji.

1.1.2. Kostki brukowa PREMIUM – 2 linie produktowe składające się z 5 detali (10 produktów) – NOWA MARKA PREMIUM

W ramach usługi należy się skupić nad stworzeniem nowych linii kostki brukowych, zróżnicowanych pod względem ceny, funkcji, stylistyki, jakości materiałów i wykończenia powierzchni. Produkty będą przeznaczone dla różnych odbiorców.

W zakresie projektowania produktów należy również uwzględnić fakt, iż nowe linie produktowe powinny:

- ✓ posiadać różne kształty i rozmiary modułów kostek brukowych,
- ✓ zawierać elementy odwadniające i odprowadzające wodę,
- ✓ zawierać elementy wykańczające – obrzegowania, krawężniki

W zakresie procesu projektowego należy zastosować się do poniższych założeń:

- ✓ unikalne kształtowanie,
- ✓ kompleksowa oferta produktów zróżnicowanych pod względem formy i funkcji,
- ✓ modułowość pozwalająca na tworzenie własnych aranżacji,
- ✓ spójność stylistyczna wszystkich elementów,
- ✓ impregnacje zwiększające komfort użytkowania i funkcjonalność produktów,
- ✓ różne typy wykończenia powierzchni,
- ✓ rozbudowany system obrzegowań, krawężników będących uzupełnieniem kolekcji.

1.1.3. Eko nawierzchnia – 2 linie produktowe składające się z 2 detali (4 produkty) – MARKA PATER

Produkty powinny być zróżnicowane pod względem ceny, funkcji, stylistyki, jakości materiałów i wykończenia powierzchni. Oferta powinna zawierać produkty komplementarne.

W zakresie procesu projektowego należy zastosować się do poniższych założeń:

- ✓ unikalne kształtowanie,
- ✓ kompleksowa oferta produktów zróżnicowanych pod względem formy i funkcji,
- ✓ modułowość pozwalająca na tworzenie własnych aranżacji,

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

- ✓ spójność stylistyczna wszystkich elementów,
- ✓ różne typy wykończenia powierzchni,
- ✓ możliwość układania dużych powierzchni
- ✓ rozbudowany system obrzeżowań, krawężników będących uzupełnieniem kolekcji.

Cechy charakterystyczne 2 linii produktowych:

- ✓ kompleksowa oferta produktów zróżnicowanych pod względem formy i funkcji,
- ✓ możliwość tworzenia różnych układów,
- ✓ stopniowanie przepuszczalności,

1.1.4. Elementy wyposażenia ogrodów wykorzystujących technologię łupania – 1 linia produktowa składająca się z 11 detali (11 produktów) – MARKA PATER

Linia produktowa powinna pozwalać na uzyskanie różnorodnych powierzchni, zmiennej grubości, z możliwością zestawień powierzchni gładkich i łupanych.

Cechy charakterystyczne linii produktowej:

- ✓ kompleksowa oferta produktów zróżnicowanych pod względem formy i funkcji,
- ✓ modułowość pozwalająca na tworzenie własnych aranżacji,
- ✓ moduły o dodatkowej funkcjonalności,
- ✓ spójność stylistyczna wszystkich elementów,
- ✓ zestawienia powierzchni łupanych z powierzchniami gładkimi,
- ✓ różne grubości detali dające możliwość uzyskania przestrzennych powierzchni.

1.1.5. Elementy wyposażenia ogrodów PREMIUM – 1 linia produktowa składająca 9 detali (9 produktów) – NOWA MARKA PREMIUM

Oferta produktowa w zakresie wyposażenia ogrodów będzie przeznaczona dla różnych odbiorców. Produkty powinny być zróżnicowane pod względem funkcji, stylistyki. Oferta powinna zawierać produkty komplementarne.

Cechy charakterystyczne linii produktowej:

- ✓ kompleksowa oferta produktów zróżnicowanych pod względem formy i funkcji,
- ✓ modułowość pozwalająca na tworzenie własnych aranżacji,
- ✓ spójność stylistyczna wszystkich elementów,
- ✓ łączenie materiałów, zwiększające funkcjonalność produktów,
- ✓ impregnacje zwiększające komfort użytkowanie i funkcjonalność produktów,
- ✓ wysoka jakość wykonania,
- ✓ autorskie konstrukcje, systemy połączeń,
- ✓ możliwość branding produktu.

1.1.6. Wielkogabarytowe detale przeznaczone dla przemysłu – 4 detale (4 produkty) – MARKA PATER

Celem usługi jest stworzenie kompleksowej oferty produktów przeznaczonych dla przemysłu cechujących się unikalnym wzornictwem i rozwiązaniami funkcjonalnymi.

Cechy charakterystyczne produktów:

- ✓ unikalne wzornictwo produktów,
- ✓ unikalne rozwiązania funkcjonalne (np. sztaplowanie, modułowość, systemowość),
- ✓ nowe rozwiązania funkcjonalno-stylistyczne dla barier drogowych,
- ✓ kompleksowy system ogrodzeń tymczasowych
- ✓ systemy odwodnieniowe z możliwością zastosowania dla różnych typów nawierzchni.

1.1.7. Dekoracyjne elementy wykończenia wnętrz wykonanych z betonu architektonicznego – 4 linie produktowe (2 płaskie składające się z 3 detali

każda, 2 linie produktowe - płyty 3D składające się z 4 detali każda) (14 produktów) – NOWA MARKA PREMIUM

Celem usługi jest zaprojektowanie linii produktowych wykonanych z betonu architektonicznego GRC. Produkty powinny być zróżnicowane pod względem funkcji, stylistyki, kolorystyki i wykończenia powierzchni, zgodne z założeniami stylu PREMIUM.

Cechy charakterystyczne produktów:

- unikalne kształtowanie,
- zróżnicowanie wykończenia powierzchni – nadanie różnych faktur, zestawienie błysku z matem,
 - zróżnicowanie wykończenia powierzchni – pokrywanie lakierami,
 - zróżnicowanie grubości detali – uzyskanie przestrzennej powierzchni,
 - wysoka jakość wykończenia powierzchni,
 - łączenie materiałów,
 - system paneli ściennych z możliwością wkomponowania dodatkowych elementów np. zieleń, półki, oświetlenie, właściwości akustyczne.

1.2. PRZEPROJEKTOWANIE MARKI PATER, JEJ STRATEGII ORAZ NARZĘDZI WSPARCIA SPRZEDAŻY – CZĘŚĆ 2

W ramach marki PATER sprzedawane będą dotychczasowe produkty oferowane przez markę PATER oraz nowe produkty (z wyłączeniem produktów przyporządkowanych dla nowej marki PREMIUM)

Kluczowe wartości marki PATER:

• **Przystępność**

Przystępność marki jest kompilacją ekonomiczności i postawy proklienckiej. Cecha ta powinna przejawiać się zarówno poprzez atrakcyjną cenę produktów marki, jej kompleksową ofertę produktową dopełnioną usługami (projektowania ogrodów, usług brukarskich). Czynnikiem podkreślającym przystępność jest dostępność produktów oszczędzająca czas klienta. W tym celu konieczne jest zwiększenie liczby lokalnych punktów sprzedaży. Istotne jest także uwypuklenie tej wartości poprzez odpowiednio zaprojektowane materiały marketingowe firmy. Powinien cechować je przejrzysty układ i czytelność ułatwiający klientowi odnalezienie interesujących go produktów. Przystępność to także myślenie o potrzebach klienta, przejawiane poprzez kostkę brukową minimalizującą ilość odpadów.

• **Solidność**

Cecha ta rozumiana jest jako trwałość i jakość produktów. Ze względu na dużą eksploatację jakości i trwałości w działaniach marketingowych firm z różnych branż, rekomendujemy powoływanie się na solidność produktu. Wartość ta nawiązuje bezpośrednio do potrzeb klienta, który szuka rozwiązania na lata. Może się ona przejawiać zarówno w komunikacji, jak i w np. wydłużonej w stosunku do konkurencji długości gwarancji.

• **Przyjazność**

Wartość ta nawiązuje do przystępności, powinna przekładać się na jakość obsługi klienta. Kluczowe dla odpowiedniego zilustrowania tej wartości są czytelne materiały marketingowe marki, oznaczenie produktów, przejrzystość cenowa i sposób obsługi klienta. Dodatkowo wartość ta podkreśla kompleksową ofertę marki wzbogaconą o projektowanie ogrodów i usługi brukarskie.

W ramach marki PATER poza dotychczasowymi produktami (widniejącymi na stronie internetowej firmy) oraz nowymi produktami projektowanymi w ramach usług będących przedmiotem niniejszego zapytania ofertowego:

- **Kostka brukowa**
- **Eko-nawierzchnia**

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

- **Elementy wyposażenia ogrodów wykorzystujących technologię łupania**
- **Wielkogabarytowe detale przeznaczone dla przemysłu**

W ramach usługi zrealizować należy doradztwo w zakresie:

1. Identyfikacja wizualna wraz z projektem logotypu oraz wzorami akcydensów i materiałów promocyjnych w zakresie marki Pater

W ramach doradztwa opracowany zostanie projekt graficzny nowej identyfikacji wizualnej marki Pater wraz z wzorami podstawowym akcydensów, materiałów promocyjnych i identyfikacją wizualną linii produktowych. Efektem realizacji tego działania będzie:

- a) projekt koncepcyjny ID marki i linii produktowych,
- b) projekt szczegółowy ID,
- c) projekty graficzne akcydensów i wzorów.

Zakłada się wykonanie 3 projektów koncepcyjnych logotypów, 2 kierunki kreatywne CI, brandbook. W ramach prac projektowych nad tożsamością marki skorygowane zostanie logo aktualnie używane przez PATER. Opracowany zostanie również brandbook marki, który będzie zawierał m.in. standardy marki, akcydensy, oznaczenia graficzne do materiałów poligraficznych oraz materiałów zawieranych w Internecie.

2. Zaprojektowanie materiałów wsparcia sprzedaży dla marki Pater

W ramach tego wydatku zaprojektowane zostaną:

- Katalog sprzedażowy dla marki PATER (1 projekt koncepcyjny i 1 projekt szczegółowy)
- Cennik sprzedażowy dla marki PATER (1 projekt koncepcyjny i 1 projekt szczegółowy)
- Materiały POS dla marki PATER (display, ekspozycja w punkcie sprzedażowym)

Niniejszy wydatek obejmie stworzenie katalogów produktowych, materiałów POS, oraz cenników w zakresie asortymentu marki Pater. Po realizacji projektów wzorniczych i wyprodukowaniu prototypów powstanie katalog kolekcji, poprzedzony profesjonalną sesją zdjęciową produktów, wraz z dokumentacją procesu produkcji.

W procesie projektowania wykorzystane winne zostać materiały z sesji zdjęciowej - sesje packshotowe oraz sesje produktów w aranżacjach (około 30 zdjęć produktowych oraz 10 zdjęć wizerunkowych).

Katalog winien zawierać dodatkowe informacje, schematy oraz fotografie ilustrujące kluczowe wartości PATER wskazane w strategii wzorniczej.

3. Strategia komunikacji oraz plan promocji marki w Internecie w zakresie marki Pater

Należy stworzyć spójną komunikację marki Pater w oparciu o propozycję wartości marki oraz nowych produktów pod kątem dostosowania jej do poszczególnych grup odbiorców oraz kanałów dotarcia do odbiorców.

W ramach tego wydatku zaprojektowane zostaną:

- Strategia komunikacji marketingowej – obejmować ona będzie następujące obszary:
 - ✓ wyznaczenie kanałów komunikacji i promocji
 - ✓ stworzenie założeń dla formy i treści komunikacji w każdym kanale
 - ✓ Opracowanie strategii komunikacji online, w tym: e-mail marketing, promocja na portalach branżowych, kampanie marketingowe online
 - ✓ Strategia obecności w social mediach (Facebook, YouTube, Instagram, itp.)
- Plan promocji marki PATER w Internecie

4. Zaprojektowanie strony internetowej dla marki Pater

W ramach wydatku zrealizowane zostać winny następujące działania:

- projekt funkcjonalny strony,
- projekt graficzny strony głównej,
- projekt graficzny pozostałych podstron,
- doradztwo w zakresie opracowanie treści i materiałów znajdujących się na stronie

Opracowana strona internetowa winna przede wszystkim zawierać nową ofertę produktową marki PATER. Strona winna umożliwić intuicyjne konfekcjonowanie wyrobów

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

5. Opracowanie programu lojalnościowego

W ramach usługi należy opracować programu lojalnościowy, w tym również przeprowadzić należy badanie potrzeb grupy docelowej – firm brukarskich. Na podstawie zrealizowanego badania należy stworzyć program lojalnościowy dla marki Pater.

1.3. ZAPROJEKTOWANIE NOWEJ MARKI, JEJ STRATEGII ORAZ NARZĘDZI WSPARCIA SPRZEDAŻY – CZĘŚĆ 3

NOWA MARKA DZIAŁAŁA BĘDZIE W SEGMENTIE HOME&GARDEN. KLUCZOWE WARTOŚCI DLA BUDOWANIA MARKI PREMIUM TO:

○ Design

To wartość nadrzędna szeroko komunikowana w branży. Design przejawia się jako podkreślenia naturalności materiału oraz jego walorów estetycznych. W komunikacji podkreślamy, że wydobywamy to, co najlepsze z betonu. Kluczowe dla realizacji tej wartości jest także wzornictwo produktów marki. Wartość ta powinna mieć poparcie w wysokojakościowych materiałach marketingowych firmy, takich jak strona internetowa czy opakowania produktu.

○ Systemowość

Pozwala na dokupywanie poszczególnych elementów linii w różnych odstępach czasu, zachowując przy tym spójność wizualną. W komunikacji podkreślamy, że dzięki modułowemu charakterowi produktów klient może dobrać rozwiązanie optymalnie dopasowane do swoich potrzeb. Wartość ta powinna przejawiać się zarówno w produkcji, jak i komunikacji marki. Materiały promocyjne firmy powinny obrazować różne warianty użycia produktów. W warstwie tekstowej warto podkreślać, że produkty marki dostosowują się do potrzeb klienta.

○ Komfort

Rozumiany jako wygoda użytkownika oraz prosty proces dokonywania zakupu. W przypadku działań promocyjnych marki kluczowe jest budowanie doświadczenia użytkownika, które odróżni markę od konkurencji. Powinno ono odnosić się do potrzeb, pragnień i problemów użytkownika i być budowana poprzez niestandardowe rozwiązania. W realizacji tej wartości kluczowa jest sprawna i przyjazna obsługa klienta.

W ramach marki premium sprzedawane będą następujące grupy produktowe:

- **Kostka brukowa premium**
- **Elementy wyposażenia ogrodów PREMIUM**
- **Dekoracyjne elementy wykończenia wnętrz wykonanych z betonu architektonicznego**

W ramach usługi zrealizować należy doradztwo w zakresie:

1. Identyfikacja wizualna wraz z projektem logotypu oraz wzorami akcydensów i materiałów promocyjnych w zakresie nowej marki

W ramach doradztwa opracowany zostanie projekt graficzny nowej identyfikacji wizualnej nowej marki premium wraz z wzorami podstawowym akcydensów, materiałów promocyjnych i identyfikacją wizualną linii produktowych. Efektem realizacji tego działania będzie:

a) Opracowanie nowej nazwy

Zakłada się opracowanie 5 propozycji wraz z uzasadnieniem.

b) Projekt graficzny nowej identyfikacji wizualnej nowej marki wraz z wzorami podstawowym akcydensów, materiałów promocyjnych i identyfikacją wizualną linii produktowych:

Efektem realizacji tego działania będzie:

- a) projekt koncepcyjny ID marki i linii produktowych,
- b) projekt szczegółowy ID,

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

c) projekty graficzne akcydensów i wzorów.

Zakłada się wykonanie 3 projektów koncepcyjnych logotypów, 2 kierunki kreatywne CI, brandbook.

Opracowany zostanie również brandbook marki, który będzie zawierał m.in. standardy marki, akcydensy, oznaczenia graficzne do materiałów poligraficznych oraz materiałów zawieranych w Internecie.

2. Stworzenie wsparcia sprzedaży w zakresie nowej marki

W zakresie tej usługi planowane są do zrealizowania następujące działania:

- Zaprojektowanie katalogów produktowych
- Zaprojektowanie cenników produktowych
- Zaprojektowanie materiałów POS (display, ekspozycja w sklepie) dla wszystkich produktów projektowanych dla nowej marki

3. Strategia komunikacji oraz plan promocji marki w Internecie w zakresie nowej marki

Należy stworzyć spójną komunikację nowej marki w oparciu o propozycję wartości marki oraz nowych produktów pod kątem dostosowania jej do poszczególnych grup odbiorców oraz kanałów dotarcia do odbiorców.

W ramach tego wydatku zaprojektowane zostaną:

- Strategia komunikacji marketingowej – obejmować ona będzie następujące obszary:
 - ✓ wyznaczenie kanałów komunikacji i promocji
 - ✓ stworzenie założeń dla formy i treści komunikacji w każdym kanale
 - ✓ Opracowanie strategii komunikacji online, w tym: e-mail marketing, promocja na portalach branżowych, kampanie marketingowe online
 - ✓ Strategia obecności w social mediach (Facebook, YouTube, Instagram, itp.)
 - Plan promocji marki PATER w Internecie

Niniejszy wydatek obejmie stworzenie katalogów produktowych, materiałów POS, oraz cenników w zakresie asortymentu nowej marki. Po realizacji projektów wzorniczych i wyprodukowaniu prototypów powstanie katalog kolekcji, poprzedzony profesjonalną sesją zdjęciową produktów, wraz z dokumentacją procesu produkcji.

W procesie projektowania wykorzystane winne zostać materiały z sesji zdjęciowej - sesje packshotowe oraz sesje produktów w aranżacjach (około 30 zdjęć produktowych oraz 10 zdjęć wizerunkowych).

Katalog winien zawierać dodatkowe informacje, schematy oraz fotografie ilustrujące kluczowe wartości nowej marki wskazane w strategii wzorniczej.

4. Strona internetowa wraz ze sklepem internetowym oraz copywriting w zakresie nowej marki

W ramach wydatki zrealizowane zostać winny następujące działania:

- projekt funkcjonalny strony,
- projekt graficzny strony głównej,
- projekt graficzny pozostałych podstron,
- doradztwo w zakresie opracowanie treści i materiałów znajdujących się na stronie

Opracowana strona internetowa winna przede wszystkim zawierać ofertę produktową nowej marki. Strona winna umożliwić intuicyjne konfekcjonowanie wyrobów

2. Wymogi co do zespołu odpowiedzialnego za realizację usług:

2.1. CZĘŚĆ I - Zaprojektowanie nowych produktów

Zespół odpowiedzialny za realizację usługi składać się powinien z co najmniej następujących specjalistów:

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

- A. Project Manager,
- B. Projektant produktu – co najmniej 3 osoby,
- C. Specjalista ds. materiałów,
- D. Specjalista ds. technologii.

Minimalny skład zespołu to 4 osoby – jedna osoba może pełnić 2 funkcje w zespole (np. projektant produktu może pełnić również funkcję project managera)

Wymagania co do zespołu to m.in.: co najmniej 2 lata doświadczenia każdego z członków w pracy w zakresie projektowania produktów.

2.2. CZĘŚĆ II - Działania związane z przeprojektowaniem marki Pater

Zespół odpowiedzialny za realizację usługi składać się powinien z co najmniej następujących specjalistów:

- A. Project Manager,
- B. Specjalista ds. strategii marki,
- C. Copywriter,
- D. Specjalista ds. marketingu.

Minimalny skład zespołu to 3 osoby – jedna osoba może pełnić 2 funkcje w zespole (np. specjalista ds. strategii marki może być również project managerem)

Wymagania co do zespołu to m.in.: co najmniej 2 lata doświadczenia każdego z członków w pracy w zakresie projektowania marki.

2.3. CZĘŚĆ III - Działania związane z zaprojektowaniem nowej marki

Zespół odpowiedzialny za realizację usługi składać się powinien z co najmniej następujących specjalistów:

- A. Project Manager,
- B. Specjalista ds. strategii marki,
- C. Copywriter,
- D. Specjalista ds. marketingu.

Minimalny skład zespołu to 3 osoby – jedna osoba może pełnić 2 funkcje w zespole (np. specjalista ds. strategii marki może być również project managerem)

Wymagania co do zespołu to m.in.: co najmniej 2 lata doświadczenia każdego z członków w pracy w zakresie projektowania marki.

Z uwagi na tożsame wymagania oraz umiejętności poszczególnych członków zespołu projektującego markę, Zamawiający dopuszcza możliwość realizacji części II oraz części III przez ten sam zespół specjalistów.

3. Informacje dodatkowe

A) CECHY PRODUKTÓW OFEROWANYCH W RAMACH MARKI PATER

- ✓ ESTETYKA: klasyczne, tradycyjne, znane rozwiązania, organiczne formy
- ✓ UNIKALNOŚĆ: generyczne, znane rozwiązania dla użytkowników zaopatrujących się w składach budowlanych,
- ✓ MATERIAŁ: tradycyjne materiały, brak łączenia materiałów,
- ✓ WYKOŃCZENIE POWIERZCHNI, KOLORYSTYKA: dobrej jakości wykończenie powierzchni, kilka rodzajów wykończeń powierzchni, bogata kolorystyka,
- ✓ JAKOŚĆ: produkty dobrej jakości w przystępnej cenie,
- ✓ KONSTRUKCJA: brak własnych rozwiązań konstrukcyjnych.

B) CECHY PRODUKTÓW OFEROWANYCH W RAMACH NOWEJ MARKI PREMIUM

- ✓ ESTETYKA: nowoczesne rozwiązania zgodne z najnowszymi trendami, minimalizm, geometryczne, proste formy,
- ✓ UNIKALNOŚĆ: unikalne rozwiązania nie występująca u innych producentów, dla użytkowników poszukujących nowości,

- ✓ **MATERIAŁ:** wyszukane materiały, eksperymentalne mieszanki betonu, łączenie materiałów (beton i drewno, stal, miedź),
- ✓ **WYKOŃCZENIE POWIERZCHNI, KOLORYSTYKA:** wysokiej jakości, różne rodzaje wykończeń powierzchni, kolorystyka zgodna z najnowszymi trendami (różne odcienie szarości, wyszukane kolory, mieszanki nie dostępne u innych producentów),
- ✓ **JAKOŚĆ:** wysokiej jakości wykończenia krawędzi, powierzchni, detali, powłoki zwiększające parametry produktów oraz wpływające na aspekty wizualne,
- ✓ **KONSTRUKCJA:** własne rozwiązania konstrukcyjne, opracowane detale, połączenia.

C) SPOTKANIA INFORMACYJNE

Usługi powinny odbywać się przy aktywnej współpracy ze Zleceniodawcą. W związku z powyższym w trakcie realizacji usług konieczne będą co najmniej 8 spotkań konsultacyjnych ekspertów Wykonawcy z przedstawicielami Zleceniodawcy. Spotkania konsultacyjne dotyczyć będą:

- Części I – zaprojektowania 64 produktów – co najmniej 4 spotkania
- Części II – przeprojektowania marki PATER – co najmniej 2 spotkania
- Części III – zaprojektowania nowej marki PREMIUM – co najmniej 2 spotkania

Wymagania w zakresie spotkań konsultacyjnych:

- W spotkaniach musi każdorazowo brać udział co najmniej 2 osoby spośród zespołu odpowiedzialnego za realizację usługi,
- Każde spotkanie trwać będzie co najmniej 180 minut,
- Zamawiający o spotkaniu winien powiadomić Wykonawcę co najmniej 2 dni robocze przed planowanym terminem spotkania. W trakcie realizacji usługi Wykonawca może maksymalnie dwa razy dokonać zmiany terminu spotkania ustalonego przez Zamawiającego.

D) METODOLOGIA REALIZACJI USŁUGI

Metodologia realizacji usługi winna uwzględniać wszystkie wyszczególnione informacje w niniejszym zapytaniu, w tym m.in.:

- Specyfikę realizacji usługi,
- Zakres prac projektowych,
- Specyfikę założeń projektowych i konstrukcyjnych,
- Specyfikę branży,

Metodologia winna zostać szczegółowo opisana w dokumencie Plan realizacji usługi. Do zadań Oferentów należy odpowiednie przedstawienie metodologii realizacji usługi i uzasadnienie, iż jest ona adekwatna do przedmiotu niniejszego zapytania ofertowego oraz do branży, w której działa Zamawiający.

Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia ofert, w przypadku, gdy uzna, iż zaproponowana metodologia jest nieadekwatna do zakresu realizacji usługi lub do branży Zamawiającego.

Oferenci winni zastosować się do minimalnych limitów znaków w zakresie opisanie metodologii realizacji usługi oraz uzasadnienia metodologii.

E) INFORMACJE DODATKOWE

Oferent winien przedstawić proponowany przez siebie do realizacji Plan realizacji usługi zgodnie z załączonym wzorem. Plan w szczególności odnosi się do:

- Zakresu merytorycznego realizowanej usługi,
- Harmonogramu realizowanej usługi,
- Przypisania poszczególnych ekspertów do zadań,
- Wskazania metodologii realizowanej usługi.

II. KODY CPV PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

- 85312320-8 – Usługi doradztwa,
- 73220000-0 – Usługi doradcze w zakresie rozwoju,
- 79421200-3 – usługi projektowe inne niż w zakresie robót budowlanych,
- 79340000-9 – usługi reklamowe i marketingowe.

III. TERMIN WYKONANIA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Usługa musi zostać zrealizowana w okresie marzec 2018 – grudzień 2018.

Okres realizacji poszczególnych usług:

- Zaprojektowanie 64 nowych produktów – CZĘŚĆ 1:
 - Zaprojektowanie nowych produktów – część 1 (29 nowych produktów – 15 w ramach marki PATER, 14 w ramach nowej marki PREMIUM) – 30 CZERWIEC 2018
 - Zaprojektowanie nowych produktów – część 2 (26 nowych produktów – 16 w ramach marki PATER, 10 w ramach nowej marki PREMIUM) – 31 SIERPIEŃ 2018
 - Zaprojektowanie nowych produktów – część 3 (9 nowych produktów – 9 w ramach nowej marki PREMIUM) – 30 PAŹDZIERNIK 2018.

Lista projektowanych w danym etapie produktów będzie wspólnie ustalana z Zamawiającym

- Przeprojektowanie marki PATER, jej strategii oraz narzędzi wsparcia sprzedaży – CZĘŚĆ 2:
 - Przeprojektowanie marki PATER, jej strategii oraz narzędzi wspierających sprzedaż w ramach marki Pater – 31 grudzień 2018
- Zaprojektowanie nowej marki, jej strategii oraz narzędzi wsparcia sprzedaży – CZĘŚĆ 3:
 - Zaprojektowanie nowej marki Premium, jej strategii oraz narzędzi wspierających sprzedaż w ramach nowej marki – 30 listopad 2018

Niedotrzymanie ww. terminów wiązało się będzie z naliczaniem kar umownych w wymiarze 200 PLN za każdy przekroczony dzień. Kara 200 PLN naliczana będzie odrębnie dla każdej z wymienionych powyżej pozycji. W przypadku, gdy opóźnienie na jakimkolwiek etapie realizacji zamówienia przekroczy 30 dni Zamawiający zastrzega sobie możliwość rozwiązania umowy z winy Wykonawcy.

IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

O realizację powyżej opisanej usługi mogą się ubiegać wszystkie podmioty, które:

1. Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie projektowania produktów – oferenci muszą spełnić łącznie wszystkie poniższe wymagania:
 - a) Zaprojektowanie co najmniej 24 produktów, które zostały wdrożone na rynek bądź został zakończony proces ich prototypowania w ciągu ostatnich 5-ciu lat
 - b) Zrealizowanie co najmniej 2 usług, w ramach których konieczne było zaprojektowanie co najmniej 10 elementów (detali) w ramach realizacji danej usługi w ciągu ostatnich 5-ciu lat
 - c) Zaprojektowanie co najmniej 3 produktów z branży budowlanej bądź ogrodowej, które zostały wdrożone do sprzedaży w ciągu ostatnich 5-ciu lat
- Przez dokumentację potwierdzającą doświadczenie w zakresie projektowania produktów rozumie się w szczególności referencje odbiorców usług bądź strony internetowe wskazujące na wdrożenie projektowanych produktów wraz ze szczegółowym opisem przedmiotu i zakresie prac projektowych.
2. Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie projektowania marki – oferenci muszą spełnić łącznie wszystkie poniższe wymagania:
 - a) Zaprojektowanie bądź przeprojektowanie co najmniej 6 marek produktowych, które zostały wdrożone na rynek w ciągu ostatnich 5-ciu lat

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

- b) Zrealizowanie co najmniej 3 usług w zakresie kompleksowego zaprojektowania nowej marki, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 5 lat na rynek, a których realizacja składała się z następujących elementów:
- ✓ opracowanie projektu graficznego identyfikacji wizualnej nowej marki wraz z wzorami akcydensów i materiałów promocyjnych
 - ✓ opracowanie strategii działań promocyjnych nowej marki,
 - ✓ zaprojektowanie struktury strony internetowej dla nowej marki
 - ✓ zaprojektowanie katalogu produktów nowej marki
- c) Zaprojektowanie co najmniej 2 marek produktowych związanych z branżą budowlaną lub ogrodową, które zostały wdrożone na rynek w ciągu ostatnich 5-ciu lat

Przez dokumentację potwierdzającą doświadczenie w zakresie projektowania marki rozumie się referencje od Klientów, faktury VAT lub protokoły odbioru zrealizowanych projektów (usług).

3. Przedstawili metodykę realizacji usługi, która jest adekwatna do przedmiotu zamówienia i branży, w której działa Zamawiający,
4. Dysponują kadrą spełniającą wymogi przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym,
5. Nie są powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, tzn. nie występują wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:
 - uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
 - posiadaniu co najmniej 5% udziałów lub akcji;
 - pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
 - pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

V. WARUNKI DODATKOWE

- a) Przewodzenia dokumentacji zgodnie z wytycznymi obowiązującymi dla Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020.
- b) Poddania się niezapowiedzianym kontrolom przez PARP bądź inne instytucje zaangażowane w proces zarządzania funduszami UE.
- c) Zmiana członków zespołu realizującego usługę będącą przedmiotem niniejszego zapytania ofertowego może być dokonana wyłącznie za pisemną zgodą Zamawiającego. Niedopuszczalna jest zmiana kadry na osoby o mniejszym doświadczeniu czy niższych kompetencjach. W sytuacjach losowych związanych ze zmianą kadry Wykonawca winien do pisma z prośbą o zmianę dostarczyć komplet obiektywnych dokumentów potwierdzających okoliczności losowe (np. zaświadczenie z pobytu w szpitalu).
- d) Wykonawca po zrealizowaniu usługi przeniesie na Zamawiającego całość praw autorskich, majątkowych, twórczych i praw zależnych w zakresie wszelkich utworów powstałych w wyniku przeprowadzenia usługi.
- e) Wykonawca będzie zobligowany do podpisania klauzuli poufności w zakresie tajemnic Zamawiającego. Konsekwencją złamania tej klauzuli będą kary finansowe dla Wykonawcy w wysokości 100 tysięcy złotych.
- f) Do opracowanych materiałów w ramach usługi uwagi wносить może Zamawiający - Wykonawca winien uwzględnić wskazane uwagi i zastrzeżenia.
- g) W ramach wynagrodzenia za świadczoną usługę doradczo - projektową Wykonawca winien skalkulować wszelkie koszty ponoszone w związku z realizacją usługi m.in.:
 - Wynagrodzenie Wykonawcy,

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

- opracowanie i wydruk materiałów dotyczących procesu projektowego,
 - co najmniej 8-krotny dojazd do Zamawiającego (w związku z koniecznością zrealizowania spotkań konsultacyjnych),
 - wydatki bieżące związane z pracą Wykonawcy – telefon, materiały biurowe itp.
- h) Po zakończeniu świadczenia usługi Wykonawca winien przedstawić:
- Kolorowe wizualizacje projektów wzorniczych,
 - Pełną dokumentacją projektową,
 - Dokumentację wykonawczą,
 - Ww. dokumentacja winna być dostarczona na płycie DVD.
- i) Zamawiający zastrzega sobie możliwość prowadzenia bieżącego nadzoru na każdym etapie realizacji zamówienia. Sposób i rodzaj nadzoru będą doprecyzowane przed podpisaniem umowy.
- j) Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany w zakresie ilości linii produktowych, jednakże ilość wdrażanych produktów nie będzie mniejsza niż wskazana w niniejszym zapytaniu ofertowym (np. w zakresie kostki brukowej pierwotnie zaplanowano zaprojektowanie 4 linii produktowych składających się z 3 detali (w sumie 12 produktów), Zamawiający dopuszcza zatem możliwość zmiany w zakresie zaprojektowania np. 3 linii produktowych składających się z 4 detali (w sumie 12 produktów)).

VI. WYMAGANE ZAŁĄCZNIKI

Oferent, aby mógł ubiegać się o realizację powyższego zlecenia musi dołączyć do formularza oferty następujące załączniki:

1. Aktualny wypis z KRS lub wypis z ewidencji działalności gospodarczej lub inny dokument zaświadcający o prowadzonej działalności, nie starszy niż trzy miesiące
2. CV osób dedykowanych do realizacji usługi spełniających wymogi wskazane w niniejszym zapytaniu ofertowym. W przypadku zaangażowania osób na podstawie umów cywilnoprawnych należy przedstawić deklaracje tych osób w zakresie współpracy wraz z informacją, iż posiadają one wiedzę o składanej ofercie. Wymóg ten nie obowiązuje w przypadku wykazywania osób zatrudnionych na podstawie umów o pracę bądź właścicieli/wspólników Oferenta.
3. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – załącznik nr 2 do niniejszego zapytania ofertowego,
4. Plan realizacji usługi – zgodnie z załączonym wzorem dokumentu – załącznik nr 3 do niniejszego zapytania ofertowego,
5. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane 5-letnie doświadczenie w zakresie projektowania produktów – załącznik nr 4 do niniejszego zapytania ofertowego,
6. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane 5-letnie doświadczenie w zakresie projektowania marki – załącznik nr 5 do niniejszego zapytania ofertowego.

Powyższe załączniki należy przedstawić w oryginale lub poświadczyć za zgodność z oryginałem. W przypadku przedstawienia kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem wybrany Oferent będzie zobowiązany przed podpisaniem umowy do przedstawienia oryginałów tych dokumentów.

VII. KRYTERIUM WYBORU OFERT

Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą, zgodnie z poniższymi kryteriami:

Wybór oferty:

WYMOGI OGÓLNE (dla każdej części zapytania ofertowego)

- A. Cena – 60 punktów
- B. Ilość osób dedykowanych do realizacji usługi – 20 punktów
- C. Ilość spotkań konsultacyjnych – 20 punktów

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

Ocena=A+B+C, gdzie:

Ad. A Kryterium Cena zostanie ocenione wg następującego wzoru:

$(\text{Najniższa zaproponowana cena}/\text{Cena badanej oferty}) \times 60$

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi 60 punktów.

Ad. B Kryterium Ilość osób dedykowanych do realizacji usługi zostanie ocenione wg następującego wzoru:

- 12 i więcej osób spełniających wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym – 20 punktów,
- 11 osób spełniających wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym – 16 punktów,
- 10 osób spełniających wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym – 12 punktów,
- 9 osób spełniających wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym – 8 punktów,
- 8 osób spełniających wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym – 4 punkty,
- Mniej niż 7 osób spełniających wymagania przedstawione w niniejszym zapytaniu ofertowym – 0 punktów.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi 20 punktów.

Ad. C Kryterium Ilość spotkań konsultacyjnych zostanie ocenione wg następującego wzoru:

- 12 spotkań konsultacyjnych – 20 punktów,
- 11 spotkań konsultacyjnych – 15 punktów,
- 10 spotkań konsultacyjnych – 10 punktów,
- 9 spotkań konsultacyjnych – 5 punktów,
- Mniej niż 9 spotkań konsultacyjnych – 0 punktów.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi 20 punktów.

Punkty uzyskane przez ofertę w ocenie oferty w Kryterium A, Kryterium B i Kryterium C zostaną dodane do siebie i na tej podstawie zostanie obliczona łączna ocena oferty. Oferta w łącznej ocenie oferty może uzyskać maksymalnie 100 punktów.

Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyska największą ilość punktów w łącznej ocenie ofert (łączna suma punktów uzyskanych przez Wykonawcę w kryterium A, B i C).

Punkty będą liczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

VIII. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA I SKŁADANIA OFERT

- a) Ofertę należy przedstawić na załączonym do zapytania ofertowego formularzu,
- b) Nieodłączny element oferty stanowią załączniki wymagane w pkt. VI niniejszego zapytania ofertowego,
- c) Oferta może być wypełniona odręcznie lub komputerowo, jednak w przypadku wypełnienia odręcznego należy tego dokonać dużymi drukowanymi literami w sposób czytelny,
- d) Oferta musi być podpisana przez osobę do tego upoważnioną, która widnieje w Krajowym Rejestrze Sądowym, wypisie z ewidencji działalności gospodarczej lub innym dokumencie zaświadczającym o jej umocowaniu prawnym,
- e) Wszystkie strony oferty wraz z załącznikami muszą być trwale spięte,
- f) Wszelkie poprawki lub zmiany w treści muszą być parafowane przez osobę podpisującą ofertę,
- g) Każdy z Wykonawców może złożyć tylko jedną ofertę,
- h) Zamawiający odrzuci ofertę niespełniającą warunków formalnych lub złożoną po terminie. Wykonawcy z tego tytułu nie przysługują żadne roszczenia,
- i) Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych i ofert wariantowych,

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

- j) Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany lub uzupełnienia treści niniejszego zapytania ofertowego przed upływem terminu na składanie ofert. Informacja o wprowadzeniu zmian lub uzupełnienia treści zapytania ofertowego zostanie przekazana Oferentom niezwłocznie w formie pisemnej (e-mail), jak również zostanie opublikowana na stronie internetowej Zamawiającego pod adresem www.kostkapater.pl oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl oraz pod adresem <http://lsi1420.parp.gov.pl>.
- k) Zamawiający zastrzega sobie prawo odwołania lub unieważnienia oraz zakończenie postępowania bez wyboru Wykonawcy, bez podania przyczyn.

Jakiegokolwiek odstępstwo od sposobu przygotowania oferty wraz z załącznikami jest równoznaczne z jej odrzuceniem, ze względu na niespełnienie kryteriów formalnych.

Ofertę należy złożyć w zamkniętej kopercie, opieczetowanej pieczęcią firmową Oferenta, adresem Zamawiającego (podanym poniżej) oraz zapisem: OFERTA NA REALIZACJĘ USŁUG DORADCZO-PROJEKTOWYCH DLA FIRMY PPHU Elżbieta i Jerzy Pater Sp. z o.o.

Oferta musi zostać złożona w nieprzekraczalnym terminie, do dnia 15.03.2018 r., do godz. 15:30 w siedzibie PPHU Elżbieta i Jerzy Pater Sp. z o.o., Ul. Dębicka 52, 39-207 Brzeźnica. W przypadku złożenia oferty drogą pocztową, decyduje godzina wpływu oferty.

Otwarcie ofert nastąpi w dniu 15.03.2018 r. o godz. 16.00 w siedzibie PPHU Elżbieta i Jerzy Pater Sp. z o.o., ul. Dębicka 52, 39-207 Brzeźnica. Bezpośrednio przed otwarciem ofert Wykonawcy zostaną poinformowani o kwocie jaką Zamawiający przeznaczył na sfinansowanie zamówienia.

Wykonawcy zostaną poinformowani w trakcie spotkania o ilości złożonych ofert, nazwach i adresach Wykonawców, cenach poszczególnych ofert, a także i informacjach dotyczących pozostałych kryteriów oceny ofert.

W razie jakichkolwiek dodatkowych pytań prosimy o kontakt z Panem Bartłomiejem Ochab, e-mail: b.ochab@kostkapater.pl.

IX. TERMIN WAŻNOŚCI OFERTY

Wykonawca jest związany ofertą przez okres 40 dni kalendarzowych od dnia upływu terminu składania ofert.

X. WYKLUCZENIE

1. Wykluczone zostaną oferty niespełniające wymogów, w tym oferty złożone po terminie składania ofert.
2. Zamówienie może być udzielone wyłącznie podmiotom, które nie są powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, tzn. nie występują wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:
 - Uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
 - Posiadaniu co najmniej 5% udziałów lub akcji,
 - Pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - Pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

XI. WARUNKI ZMIANY UMOWY

Projekt realizowany w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia na lata 2014-2020

Tytuł projektu: „Wzrost konkurencyjności spółki Pater poprzez wdrożenie strategii wzorniczej”

Zamawiający przewiduje możliwość wprowadzenia istotnych zmian postanowień zawartej umowy z wybranym Wykonawcą w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy. Zmiany muszą być dokonywane w formie pisemnych aneksów do umowy podpisanej przez obie strony, pod rygorem nieważności.

Zamawiający zastrzega, iż może unieważnić postępowanie ofertowe na każdym jego etapie, bez podania przyczyn.

XII. ZAŁĄCZNIKI

1. Formularz ofertowy – załącznik nr 1
2. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – Załącznik nr 2
3. Plan realizacji usługi – zgodnie z załączonym wzorem dokumentu – Załącznik nr 3
4. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie projektowania produktów – Załącznik nr 4.
5. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie projektowania marki – Załącznik nr 5.