



**Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka**

**Warszawa, 24 lipca 2012**

### **ZAPYTANIE OFERTOWE**

**Dotyczące działań promocyjnych w ramach projektu „Stworzenie internetowych narzędzi wspierania zarządzania zasobami ludzkimi w postaci badania dopasowania rekrutowanych kandydatów do organizacji i badania zaangażowania zespołu”, który otrzymał współfinansowanie ze środków Unii Europejskiej w ramach Działania 8.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 8. Oś Priorytetowa „Społeczeństwo informacyjne – zwiększanie innowacyjności gospodarki” Działanie 8.1 „Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej”  
Umowa o dofinansowanie nr UDA-POIG.08.01.00-14-699/11-00**

#### **1. ZAMAWIAJACY:**

Talfit Sp. z o.o.  
Ul. Grójecka 1/3  
02-019 Warszawa  
NIP: 701-02-97-382  
Regon: 142952130  
KRS: 0000386131  
[www.talfit.pl](http://www.talfit.pl)  
[kontakt@talfit.pl](mailto:kontakt@talfit.pl)  
tel.784225578

## **2. ZAKRES ZAMÓWIENIA:**

Koszty wg zaszeregowania PRO.

Kampania launchowa wersji docelowej serwisu Talfit.

Kampania launchowa drugiej e-usługi TalfitTeam

Kampania marketingowa podtrzymująca.

Wiodącym profilem działalności Spółki jest działalność portali internetowych. Spółka będzie funkcjonowała w **sektorze wspierania zarządzania zasobami ludzkimi**, poprzez udostępnienie za pośrednictwem strony internetowej **innowacyjnych i unikalnych** obecnie narzędzi pozwalających na **tworzenie rankingu kandydatów** biorących udział w procesie rekrutacji pod względem **dopasowania ich do firmy**, a także drugiej usługi (wciąż w przygotowaniu) badania zaangażowania w zespole. Usługi te będą kierowane do szerokiego grona odbiorców obejmującego głównie: małe i średnie przedsiębiorstwa, oraz firmy wspierające rekrutację (head-hunterzy), które prowadzą projekty rekrutacyjne. W ramach tych innowacyjnych e-usług użytkownik ma dostęp online do automatycznie odświeżanego rankingu i szczegółowych raportów o kandydatach oraz o zespole.

### Kampanie powinny spełniać następujące wymogi:

- Informować o nowej, unikalnej e-usłudze
- Docierać efektywnie swym przekazem do osób z branży HR
- Intrygować i przekonywać osoby z branży HR
- Budować zainteresowanie oraz wiarygodność e-usługą
- Być spójne z naszą misją, wizją i wartościami

### Ponadto, kampanie powinny:

- Funkcjonować w środowiskach **off-line i on-line**
- Kłaść duży nacisk na **PR i edukację** potencjalnych Klientów
- Stanować podstawę budowania bazy kontaktów wśród grupy docelowej
- Zawierać założenia długofalowe i działania taktyczne
- Zawierać w sobie m.in. takie elementy w ramach realizowanych pomysłów, jak:
  - a) targi i konferencje branżowe, przygotowanie do nich wszelkich potrzebnych materiałów, gadżetów, stoisk, prezentacji multimedialnych, itp.;
  - b) webinary

Firma, która wygra przetarg, otrzyma szczegółowy Brief i wszelkie potrzebne informacje oraz materiały.

### 3. TERMIN I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT

Przesyłanie ofert **do 3 sierpnia 2012r do końca dnia roboczego.**

O wynikach oferty zostaną powiadomieni telefonicznie lub mailowo **7 sierpnia 2012** do końca dnia roboczego.

Oferty należy składać drogą mailową na adres: [adam.zegota@talfit.pl](mailto:adam.zegota@talfit.pl)

#### Termin realizacji kampanii:

	2012				2013					
	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
Kampania launchowa wersji docelowej serwisu										
Kampania launchowa drugiej e-usługi										
Kampania podtrzymująca										

### 4. BUDŻET

Kampania launchowa serwisu docelowego	- 40 000 PLN
Kampania launchowa drugiej e-usługi	- 30 000 PLN
Kampania podtrzymująca	- 143 000 PLN

### 5. WARUNKI SKŁADANIA OFERT

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy:

- 1) posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeśli przepisy prawa nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień,
- 2) posiadają niezbędną wiedzę, doświadczenia oraz potencjał techniczny, a także dysponują pracownikami zdolnymi do wykonania Zamówienia,
- 3) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie Zamówienia,
- 4) nie zostali postawieni w stan likwidacji lub upadłości.

W postępowaniu nie mogą brać udziału podmioty wskazane w art.24 ustawy Prawo zamówień publicznych (Dz.U. 2004 nr 19 poz.177).

Oferta musi zawierać:

- cenę przygotowania i prowadzenia kampanii rozbitą na koszty kreacji i koszty przeprowadzenia kampanii
- koncepcję kreacji
- założenia strategiczne kampanii i dotarcia do grupy celowej wraz z proponowanymi kanałami komunikacji.
- prezentację z portfolio firmy,
- zgodę na publikację wyników konkursu w Internecie oraz w dokumentach informacyjnych.
- powinna być przygotowana na papierze firmowym, posiadać datę sporządzenia oraz powinna być podpisana przez oferenta.

## 6. KRYTERIA OCENY

L.P.	Kryterium	Maksymalna ilość punktów
1	Cena za kreację	20
2	Strategiczne założenia do kampanii promocyjnej	30
3	Doświadczenie w realizacji kampanii promocyjnych	20
4	Pomysły, idee kreatywne kampanii	40
<b>RAZEM</b>		<b>100</b>

Za najbardziej korzystną zostanie uznana oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów i będzie najlepiej realizowała cele obu kampanii. Ocena zostanie przeprowadzona przez Zarząd Spółki Talfit i firma zastrzega sobie prawo wyboru oferty, która najlepiej spełni oczekiwania marketingowe kampanii.

## 7. OSOBY UPRAWNIONE DO KONTAKTU:

Kinga Żegota

[Kinga.zegota@talfit.pl](mailto:Kinga.zegota@talfit.pl)

Telefon: 784 717 812

Adam Żegota

[Adam.zegota@talfit.pl](mailto:Adam.zegota@talfit.pl)

Telefon: 784 225 578



**INNOWACYJNA  
GOSPODARKA**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**talfit**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO

