

VÝZVA K PODÁNÍ NABÍDKY

STAREZ – SPORT, a.s.

se sídlem Křídlovická 34, 603 00 Brno, IČO: 269 32 211

(dále jen „zadavatel“) tímto

v y z ý v á

k podání nabídky ve výběrovém řízení na veřejnou zakázku malého rozsahu na služby

Strategie a správa sociálních sítí

(dále jen „veřejná zakázka“)

zadávanou mimo režim zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“)

I. Preambule

1. Veškeré úkony v rámci výběrového řízení se provádějí elektronicky prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK dostupného na <https://zakazky.starezsport.cz/> (nestanoví-li zadavatel v zadávacích podmínkách nebo v průběhu výběrového řízení jinak). Zadavatel dodavatele upozorňuje, že **pro plné využití všech možností elektronického nástroje E-ZAK je třeba provést a dokončit tzv. registraci dodavatele**. Vyřízení registrace trvá maximálně 48 hodin (v pracovní dny) a není zpoplatněno.
2. Zadavatel dodavatelům doporučuje, aby kontaktní osobu zadavatele požádali o přiřazení k veřejné zakázce nebo aby průběžně sledovali adresu veřejné zakázky.
3. Zavedl-li zadavatel dodavatele do elektronického nástroje E-ZAK, uvede u něj jako kontaktní údaje takové, které získal jako veřejně přístupné, nebo jiné vhodné kontaktní údaje. Je povinností každého dodavatele, aby před dokončením registrace do elektronického nástroje E-ZAK své kontaktní údaje zkontroloval a případně upravil či doplnil jiné.
4. Veškeré písemnosti zasílané prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK se považují za řádně doručené dnem jejich doručení do uživatelského účtu adresáta písemnosti v elektronickém nástroji E-ZAK. Na doručení písemnosti nemá vliv, zda byla písemnost jejím adresátem přečtena, případně, zda elektronický nástroj E-ZAK adresátovi odeslal na kontaktní emailovou adresu upozornění o tom, že na jeho uživatelský účet v elektronickém nástroji E-ZAK byla doručena nová zpráva, či nikoli.
5. Podrobné informace o ovládání systému naleznete v uživatelské příručce dostupné na: <https://zakazky.starezsport.cz/>
6. Zadavatel má zájem, s ohledem na povahu a smysl této veřejné zakázky, dodržovat zásady sociálně odpovědného zadávání, environmentálně odpovědného zadávání a inovací ve smyslu zákona, přičemž dodavatel je povinen tyto zásady dodržovat. Sociálně odpovědné zadávání kromě důrazu na čistě ekonomické parametry zohledňuje také související dopady zejména v oblasti zaměstnanosti, sociálních a pracovních práv a životního prostředí. Zadavatel od dodavatele vyžaduje při plnění předmětu veřejné zakázky zajistit zejména legální zaměstnávání, férové pracovní podmínky a odpovídající úroveň bezpečnosti práce pro všechny osoby, které se na plnění veřejné zakázky budou podílet. Dodavatel je povinen zajistit tento požadavek zadavatele i u svých poddodavatelů.

II. Předmět veřejné zakázky

Předmětem veřejné zakázky je:

- **strategický jednodenní workshop**
 - strategický workshop s objednatelem vedený metodikou design thinking. Jedná se o interaktivní osobní setkání založené na sérii předem připravených modulů a cvičení.
- **vytvoření kreativní strategie**
 - strategie bude obsahovat podrobný soubor komunikačních zásad a komunikační kreativy, který obsahuje: DNA značky, tonalitu, cílové skupiny, kreativní myšlenku - zastřešující myšlenka, slogany, claimy, klíčový vizuál a ukázky jak s ním pracovat.
 - součástí strategie bude dále nastavení marketingových a obchodních cílů a strategií pro jednotlivé komunikační kanály a rozložení rozpočtu.
- **social media kit**
 - šablona definující vizuální linku pro použití na sociálních sítích. Bude vytvořeno maximálně 12 typů příspěvků na Instagram/Facebook Feed, maximálně 12 typů příběhů do Instagram/Facebook Stories, 2 typy carouselů po 3 obrázcích. Profilový a úvodní obrázek pro sociální sítě (např. Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn, TikTok). Nezahrnuje tvorbu textů. Výstupem je soubor v aplikaci Figma nebo soubory ve formátu .png či .jpg.
- **social Media Management – Instagram**
 - správa sociální sítě Instagram zahrnující tvorbu obsahového plánu, tvorbu kreativních příspěvků (návrh, design, fotografování v rámci Brna, tvorba videa a textů) v rozsahu maximálně 6 statických příspěvků měsíčně a 1 dynamický příspěvek měsíčně. Tvorba základních příspěvků vycházejících ze Social Media Kit šablony, maximálně 6 statických příspěvků měsíčně a 1 dynamický příspěvek měsíčně. Celkem tedy 14 příspěvků. Publikace příspěvků na platformu Instagram v souladu s tonalitou, popř. strategií objednatele. Publikace probíhá prostřednictvím aplikace Zoomsphere po schválení objednatelem.
- **pravidelná správa**
 - správa výkonnostní kampaně, pravidelná optimalizace, alokace rozpočtu a úprava kampaní podle výsledků. Reporting na měsíční bázi.
- **vedení projektu**
 - komunikace s objednatelem zahrnující online schůzky, osobní setkání a prezentace.

Předmět veřejné zakázky je dále specifikován v příloze B této výzvy – závazné obchodní podmínky. Tyto požadavky je dodavatel povinen respektovat.

III. Předpokládaná doba plnění

Plnění veřejné zakázky bude dokončeno: viz obchodní podmínky.

IV. Místo plnění a prohlídka místa plnění

Místem předání výstupů je sídlo zadavatele a kanceláře úseku celofiremního marketingu.

V. Lhůta pro podání nabídky

Lhůta pro podání nabídek: **do 20. 12. 2024 do 12.00 hodin.**

VI. Místo pro podání nabídky

Nabídky se podávají prostřednictvím elektronického nástroje na adrese veřejné zakázky.

VII. Požadavky zadavatele na kvalifikaci

Dodavatelé jsou povinni prokázat kvalifikaci požadovanou zadavatelem. Požadavky na kvalifikaci jsou zadavatelem stanoveny ve formuláři nabídky. Dodavatel, který nesplní kvalifikaci požadovaným způsobem a v požadovaném rozsahu, může být zadavatelem z účasti ve výběrovém řízení vyloučen.

VIII. Závaznost obecných zadávacích podmínek a vysvětlení, změna nebo doplnění zadávací dokumentace

a) Závaznost požadavků zadavatele

Informace a údaje uvedené v této výzvě vymezují závazné požadavky zadavatele na plnění veřejné zakázky. Dodavatel, který nesplní stanovené požadavky zadavatele, může být zadavatelem z účasti ve výběrovém řízení vyloučen.

b) Vysvětlení, změna nebo doplnění zadávací dokumentace

Žádost o vysvětlení může účastník zasílat zadavateli elektronicky prostřednictvím elektronického nástroje. Zadavatel je oprávněn uveřejnit na profilu zadavatele vysvětlení zadávací dokumentace i z vlastního podnětu. Takto může rovněž uveřejnit změnu nebo doplnění zadávací dokumentace. Pokud to povaha doplnění nebo změny zadávací dokumentace vyžaduje, zadavatel současně přiměřeně prodlouží lhůtu pro podání nabídek.

IX. Obsah nabídky

Zadavatel přílohou zadávací dokumentace předkládá dodavatelům vzorový **formulář nabídky** obsahující požadavky zadavatele, kterými je podmiňována účast dodavatelů ve výběrovém řízení.

Splnění veškerých požadavků zadavatele, tj. požadavků na předmět veřejné zakázky, na kvalifikaci nebo na předložení údajů rozhodných pro hodnocení, prokáží dodavatelé předložením formuláře nabídky.

Zadavatel stanovuje, že nabídka uchazeče musí obsahovat tyto dokumenty:

- a) formulář nabídky

- b) stručný návrh kreativní strategie jednotlivě pro Facebook a pro Instagram s jedním příkladem příspěvku na FB a na Instagramu v rozsahu min. 4 x A4.

Návrh smlouvy ani ostatní dokumenty nemusí být do nabídky přikládány.

V případě rozporu mezi celkovou nabídkovou cenou zapsanou ve formuláři nabídky a mezi celkovou nabídkovou cenou uvedenou jinde v textu nabídky nebo jejích přílohách, budou pro účely hodnocení nabídek a realizaci plnění použity údaje uvedené ve formuláři nabídky.

X. Způsob výběru nejvhodnější nabídky (hodnocení nabídek)

Hodnocení nabídek bude provedeno podle základního hodnotícího kritéria ekonomická výhodnost nabídky, a to dle následujících dílčích hodnotících kritérií:

	hodnotící kritérium	váha
A	Nabídková cena	50 %
B	Kvalita zpracování návrhu kreativní strategie	50 %

V rámci kritéria hodnocení **A. Nabídková cena** bude zadavatel hodnotit celkovou výši nabídkové ceny v Kč bez DPH uvedenou ve formuláři nabídky. Lépe bude hodnocena nabídka s nižší nabídkovou cenou.

V rámci kritéria hodnocení **B. Kvalita zpracování** bude jako výhodnější hodnoceno takové zpracování, které bude lépe naplňovat vhodnost pro cílové skupiny, bude komplexní a adaptovatelné pro jednotlivé sociální sítě, a bude efektivní s ohledem na celkový počet výstupů.

Zadavatel bude hodnotit inovační pojetí, kvalitu návrhu kreativní strategie z pohledu formy a stylu sdělení, návrhu klíčového sdělení s nápaditým copywritingem, grafické řešení komunikace v souladu s firemním grafickým manuálem tak, aby sdělení efektivně oslovilo a motivovalo cílové skupiny ke zpětné reakci. Dále bude posuzována produkční náročnost návrhu ze strany zdrojů zadavatele.

Způsob hodnocení nabídek

Hodnocení nabídek v jednotlivých kritériích hodnocení bude provedeno bodovací metodou založenou na stobodové stupnici. Každé jednotlivé nabídce bude dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost nabídky v rámci dílčího kritéria.

V případě hodnotícího kritéria A. (nabídková cena) se jedná o kvantitativní kritérium, u něhož jsou preferovány nižší hodnoty před vyššími; jednotlivým nabídkám dle uvedeného kritéria budou přiděleny bodové hodnoty dle následujícího vzorce:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{nabídka s nejnižší hodnotou}}{\text{hodnocená nabídka}} \times 100$$

V případě hodnotícího kritéria B. (kvalita zpracování) se jedná o kvalitativní kritérium, u něhož bude nabídka hodnocena podle kvality zpracování návrhu strategie. Jedná se o kritérium, u něhož jsou preferovány kvalitativně vyšší hodnoty před nižšími. Zadavatel jednotlivým nabídkám přidělí v rámci daného kritéria bodovou hodnotu v rozpětí 0 až 100 bodů, přičemž bude hodnotit dílčí parametry uvedené výše k předmětnému kritériu.

Následně budou jednotlivým nabídkám přiděleny bodové hodnoty dle následujícího vzorce:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{hodnocená nabídka}}{\text{nabídka s nejvyšším součtem dosaženého skóre}} \times 100$$

CELKOVÉ BODOVÉ HODNOCENÍ NABÍDKY bude sestaveno na základě součtu příslušnými vahami převážených bodových hodnot dosažených v jednotlivých dílčích kritériích. Výsledné pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek bude stanoveno tak, že za nejvhodnější bude považována nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty součtu převážených bodových hodnot v rámci všech dílčích hodnotících kritérií.

Údaje, které účastník uvede pro účely hodnocení nabídek, jsou pro účastníka závazné i z hlediska následného plnění smlouvy.

XI. Kontaktní osoba zadavatele

Kontaktní osoby zadavatele ve věcech souvisejících s tímto výběrovým řízením jsou Mgr. David Zuska, tel. +420 737 566 827, email: zuska@starezsport.cz, a Mgr. Johana Říčná, e-mail: ricna@starezsport.cz, tel: +420 739 696 644.

XII. Závěrečná ustanovení

Účastník výběrového řízení nemá nárok na úhradu nákladů souvisejících s účastí ve výběrovém řízení (např. nákladů na zpracování nabídky).

Zadavatel je oprávněn ověřovat údaje uvedené účastníkem výběrového řízení v nabídce. V případě, že zadavatel zjistí, že informace uvedené v nabídce účastníka nejsou pravdivé, je zadavatel oprávněn takového účastníka vyloučit z další účasti ve výběrovém řízení.

Zadavatel je oprávněn požadovat po účastníkovi objasnění nebo doplnění nabídky. V případě, že účastník na výzvu zadavatele nabídku neobjasní nebo nedoplní, je zadavatel oprávněn vyloučit účastníka z další účasti ve výběrovém řízení.

Zadavatel si vyhrazuje právo výběrové řízení zrušit bez udání důvodu.

Zadavatel jako správce osobních údajů informuje subjekty údajů, od nichž obdrží nabídku, že osobní údaje zpracovává výhradně z důvodu a za účelem splnění právních povinností stanovených zákonem č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek.

Přílohy

- A. Formulář nabídky
- B. Obchodní podmínky

V Brně dne 11. 12. 2024

Mgr. Martin Mikš
generální ředitel STAREZ – SPORT, a.s.