

**1. vysvětlení zadávací dokumentace**

(1. Explanation)

Název zadavatele:	Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism, IČ: 492 77 600, DIČ: CZ49277600
Sídlo zadavatele:	Praha 2, Vinohradská 46, PSČ: 120 41
Název veřejné zakázky:	<b>Online kampaň pro zahraničí trhy k tématu baroko</b>
Evidenční číslo:	VZ 2017/310/36
Druh zadávacího řízení:	Otevřené řízení na služby

**1. Dotaz ze dne 03.07. 2017/ Question on the 3rd July 2017**

Bid evaluation criteria - Section 10 of tender document. What do you consider as the most appropriate bid? The document says the most appropriate offer is the one that submits the lowest bid. By that, do you mean the bid which is lower than CZK 5,460,000 OR the bid which offers the most volume of media for the stated budget? There are two options here: (1) To use the entire budget of CZK 5,460,000 and offer higher volume of media OR (2) To achieve the minimum KPI requirements of clicks and impressions and bid lower than the maximum budget of CZK 5,460,000. Which of the two options is more desirable?

Překlad/ Translation:

Způsob hodnocení nabídek - oddíl 10 zadávací dokumentace. Co považujete za nejvhodnější nabídku? Dokument uvádí, že nejvhodnější nabídkou je ta, která předloží nejnižší cenovou nabídku. Máte tím na mysli nabídku, která je nižší než 5,460.000 Kč nebo nabídku, která nabídne největší objem médií pro daný rozpočet? Existují dvě možnosti: (1) použít max. rozpočet ve výši 5 460 000 Kč a nabídnout vyšší objem mediálního plnění; nebo (2) dosáhnout minimálních KPI pro počty kliků a impresí za nižší než-li maximální cenu?

**1. Odpověď ze dne 04.07. 2017/ Answer on the 4th July**

We evaluate 3 criterions.

- First one is **media budget** which has value 55% - in this criterion lower price is better.
- Second one is **agency (your fee)** which has value 10% - in this criterion lower fee is better.
- Third one is **quality of your proposal** (how are you going to manage the campaign) which has value 35%. In this criterion we evaluate your plans for running the campaign – tracking, monitoring, social media plans etc. Higher volume of clicks and impressions is better.

So we can't recommend you which of those two options are better, because in the end we count all the criterions. The weight assigned to a criterion is essentially a scaling factor which relates scores on all other criteria.

Překlad/ Translation:

Hodnotíme 3 kritéria.

- První je nabídková cena kampaně – mediální budget, který má hodnotu 55% - v tomto kritériu je nejvhodnější nabídkou míněna ta, která předloží nejnížší nabídkovou cenu
- Druhým je nabídková cena kampaně – správa kampaně, která má hodnotu 10% - v tomto kritériu je nejvhodnější nabídkou míněna ta, která předloží nejnížší nabídkovou cenu správy kampaní
- Třetím je kvalita správy a realizace kampaně, jež má hodnotu 35%. V tomto kritériu vyhodnocujeme vaše plány na provozování kampaně - sledování, monitoring, plány sociálních médií atd. Vyšší počet kliknutí a impresí je lepší.

Nemůžeme tedy doporučit, která z těchto dvou možností je lepší, protože nakonec sečteme všechna kritéria. Váha přidělená jednomu kritériu bude mít vliv na všechna ostatní kritéria.

## 2. Dotaz ze dne 03.07. 2017/ Question on the 3rd July 2017

What column of the Media Plan will be used to determine the bid value as per section 10 Criteria A? Is it the amount before agency fee or after agency fee? We think it's before agency fee but wanted to confirm.

Překlad/ Translation:

Který sloupec mediálního plánu bude použit pro určení hodnoty nabídky podle oddílu 10 Kritéria A? Je to částka před započtením provize nebo po započtení provize? Myslíme si, že je to před započtením provize, ale chtěli bychom se ujistit.

## 2. Odpověď ze dne 04.07. 2017/ Answer on the 4th July

It is column J and line 53 - it is amount without agency fee (before agency fee).

Překlad/ Translation:

Sloupec J a řádek 53 - je to částka na nákup médií

## 3. Dotaz ze dne 03.07. 2017/ Question on the 3rd July 2017

In the media plan, column K title is "Agency fee max 15% incl ad serving) but the formula in the spreadsheet calculates at 18%. Which is correct?

Překlad/ Translation:

V mediaplánu je sloupec K s názvem "Poplatek agentury max. 15% včetně zobrazení reklamy", ale vzorec v tabulce počítá s 18%. Co je správně?

## 3. Odpověď ze dne 04.07. 2017/ Answer on the 4th July

Correct is maximum 15%. It is mistake in spreadsheet.

Překlad/ Translation:

Správně je max. 15%. V tabulce je chyba.

#### 4. Dotaz ze dne 03.07. 2017/ Question on the 3rd July 2017

Are you expecting the translation costs to come out of the media budget or from the agency fee?

Překlad/ Translation:

Očekáváte, že náklady na překlad půjdou z mediálního rozpočtu nebo z provize?

#### 4. Odpověď ze dne 04.07. 2017/ Answer on the 4th July

It should be included in agency fee.

Překlad/ Translation:

Náklady by měly být zahrnuty v ceně za správu kampaně.

#### 5. Dotaz ze dne 03.07. 2017/ Question on the 3rd July 2017

Will all video advertising be done only via YouTube or are you open to considering Facebook for video as well?

Překlad/ Translation:

Bude veškerá videoreklama provedena pouze prostřednictvím služby YouTube, nebo jste otevření i videu na Facebooku?

#### 5. Odpověď ze dne 04.07. 2017/ Answer on the 4th July

It depends on your proposal. Facebook is appropriate as well.

Překlad/ Translation:

Záleží na vašem návrhu. Facebook může být také.

#### 6. Dotaz ze dne 03.07. 2017/ Question on the 3rd July 2017

In the media plan, under Germany - what is meant by lead ad? Are you referring to ads which will enable email address collection? Such as via competitions etc?

Překlad/ Translation:

V mediaplánu, v Německu - co se rozumí pojmem lead ad.? Máte na mysli sběr e-mailových adres? Jako například prostřednictvím soutěží atd.?

## 6. Odpověď ze dne 04.07. 2017/ Answer on the 4th July

Yes, it is referring to ads which will enable email address collection. Address collection is quite important KPI for Germany. Competition is also option how to get new email addresses.

Překlad/ Translation:

Ano, na sběr e-mailových adres. Shromažďování adres je velmi důležitým KPI pro Německo. Soutěž je také jednou z možností, jak získat nové e-mailové adresy.

## 7. Dotaz ze dne 03.07. 2017/ Question on the 3rd July 2017

As per section 4.9, you indicate that the sponsor may require a translation provider of their choice. If so, could you indicate what their rates are and/or give us their details so we can get estimates from them for our costing purpose?

Překlad/ Translation:

V bodu 4.9 uvádíte, že si zadavatel může vybrat poskytovatele překladů dle svého výběru. Pokud ano, mohli byste uvést, jaké jsou jejich sazby, nebo nám poskytnete své kontakty, abychom od nich mohli získat odhady na naše náklady?

## 7. Odpověď ze dne 04.07. 2017/ Answer on the 4th July

Their rates are usually similar to the translation agencies in the Czech Republic.

Překlad/ Translation:

Jejich sazby jsou obvykle podobné překladatelským agenturám v České republice.

## 8. Dotaz ze dne 03.07. 2017/ Question on the 3rd July 2017

Do we need to submit documents mentioned in 9.3 and 9.4 OR signing of declaration of honour(Annexe 6) at this stage is ok?

Překlad/ Translation:

Musíme předložit dokumenty uvedené v bodech 9.3 a 9.4 ZD nebo podepsáním čestného prohlášení (Příloha č. 6) to bude v pořádku?

## 8. Odpověď ze dne 04.07. 2017/ Answer on the 4th July

As it is mentioned in 9.3 and 9.4 you can replace all these documents by signing of declaration of honour (Annexe 6).

Překlad/ Translation:

Jak je uvedeno v bodech 9.3 a 9.4, můžete všechny tyto dokumenty nahradit podpisem Čestného prohlášení o splnění základní a profesní kvalifikace (Příloha č.6).

Lenka Špačková  
Oddělení koordinace veřejných zakázek  
CzechTourism

