

Pytania od Agencji

1. Jaki jest przewidziany budżet?

do 100 tys. zł netto

2. Czy termin złożenia oferty jest przekraczalny?

Nie

3. Do ilu agencji zostało wysłane zapytanie ofertowe?

Do 9.

4. Do kogo należy wydruk ulotek?

ZTM

5. Czy ZTM ufunduje nagrody w akcji w postaci biletów okresowych?

Na obecną chwilę ZTM nie przewiduje takiej możliwości.

6. Czy możemy brać pod uwagę lokalizację typu Stary Rynek? Nie ma tam żadnych środków transportu ani miejsc przesiadkowych, ale za to jest to miejsce skupiające bardzo dużą ilość pieszych.

Lokalizacje wspomniane w zapytaniu ofertowym to tylko propozycje, agencje mogą proponować inne miejsca na zorganizowanie eventów.

7. Czy w ramach zadania, agencja tworzy koncepcję kreatywną do ETZT 2017 tzn. przygotowuje nazwę, logotyp oraz key visual?

W ramach zadania agencja korzysta z key visual kampanii „prześiądź się”, ZTM nie przewiduje przygotowywania nowej koncepcji graficznej.

8. W jakim zakresie koncepcja graficzna ma nawiązywać do kampanii „prześiądź się”?

Grafika ma być spójna z linią graficzną kampanii „prześiądź się”, zakres pozostawiamy po stronie Agencji.

9. Czy przekażecie Państwo plik otwarty z ulotką "Prześiądź się" oraz pozostałe elementy zawierających się w linii graficznej kampanii "Prześiądź się"?

Na tym etapie postępowania linia graficzna kampanii „Prześiądź się” zostanie Państwu przekazana w pliku o formacie pdf.

10. Czy w odpowiedzi na zapytanie ofertowe agencja może przedstawić kilka wariantów koncepcji?

Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę na wykonanie zamówienia, oferta powinna zawierać wszystkie zaproponowane pomysły.