

Dywity, 16.02.2022 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 1/WNIPUD/WNK/2022

dotyczące realizacji usług doradczych związanych z projektowaniem marki i materiałów marketingowych.

ZAMAWIAJĄCY:

RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik

Siedziba przedsiębiorstwa: ul. Olsztyńska 8, 11-001 Dywity

Miejsce składania ofert: ul. Olsztyńska 8, 11-001 Dywity

NIP: 7393673603, REGON: 280280459

www.rm-motors.com

OPIS ZAMAWIAJĄCEGO

Firma RM MOTORS powstała w 2008 roku poprzez połączenie dwóch firm specjalizujących się od kilku lat w układach wydechowych. W naszej stałej ofercie możecie Państwo znaleźć szeroki wybór samochodowych oraz motocyklowych tłumików sportowych. Wszystkie oferowane przez nas produkty są wykonane z bardzo dobrych materiałów charakteryzujących się długą żywotnością i odpornością na korozję. Głównie jest to stal kwasoodporna oraz aluminium

RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik, ul. Olsztyńska 8, 11-001 Dywity zaprasza do złożenia oferty na usługę doradczą polegającą na działaniach związanych z innowacją marketingową w ramach projektu pn. w ramach projektu pn. "WZROST KONKURENCYJNOŚCI RM MOTORS s.c. POPRZEZ WDROŻENIE REKOMENDACJI AUDYTU WZORNICZEGO" realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś Priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.4 Wzór na konkurencję II Etap, Wniosek o dofinansowanie projektu nr: POPW.01.04.00-28-0049/19

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.

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.

Niniejsze zapytanie ofertowe zostało zamieszczone na stronie przedsiębiorstwa RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik pod adresem www.rm-motors.com oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zapytania ofertowego jest zrealizowanie usługi doradczej polegającej na działaniach związanych z projektowaniem marki i materiałów marketingowych:

1. Rebranding marki dla RM MOTORS S.C.

Przedmiotem opracowania jest rebranding marki w kontekście wdrożenia nowych produktów firmy RM MOTORS - elementów układu wydechowego. Będą to: downpipe, system montażowy, tłumik oraz końcówki rur wydechowych.

Produkty zostaną zaprojektowane w 3 odmiennych stylistykach o roboczych nazwach SPORT, HYBRID I EXCLUSIVE:

a) „WERSJA SPORT” prócz charakterystycznego "agresywnego" wyglądu będzie wersją głośniejszą, mocniejszą.

b) „WERSJA HYBRID” będzie dostosowana do coraz powszechniejszych, zdobywających coraz większe zaufanie kierowców- samochodów hybrydowych.

c) „WERSJA EXCLUSIVE” dedykowana będzie do samochodów luksusowych. Prócz eleganckiej stylistyki charakteryzować się będą ograniczeniem głośności wydechu.

W ramach zadania w zakresie rebrandingu marki produktowej zostanie opracowany projekt identyfikacji wizualnej w postaci: brand book'u z księgą znaku zawierającą logo/logotypy wraz z kolorystyką, typografią. Spójna identyfikacja wizualna odświeżonej marki produktowej pozwoli osiągnąć firmie rozpoznawalność na rynku, a zarazem umocni jej pozycję. Opracowana księga marki będzie zawierała opis budowy logo i przykłady jak należy znak stosować dla prawidłowego używania oraz będzie stanowiła jeden z podstawowych dokumentów działu marketingowego przedsiębiorstwa w zakresie znakowania materiałów promocyjnych oraz produktów.

DOKUMENTACJA TECHNICZNA NOWYCH PRODUKTÓW – PRZYPISANYCH DO NOWEJ MARKI RM MOTORS ZOSTANIE UDOSTĘPNIONA WYBRANEMU WYKONAWCY.

W odniesieniu do rebrandingu marki minimalny zakres projektowania obejmuje:

- Analiza i opracowanie briefu,
- Brandbook dla nowej marki zawierający:
 - a) hasło reklamowe wspierające markę RM Motors.
 - b) logo/logotypy wraz z kolorystyką. Zrealizowane zostaną 4 wersje stylistyczne logotypu. Jedna nadrzędna marka RM MOTORS oraz 3 subloga produktowe o roboczych nazwach RM MOTORS SPORT, RM MOTORS HYBRID, RM MOTORS EXCLUSIVE. Wersja logo podstawowa, monochromatyczna, wersja rozbudowana z hasłem markowym. Kolorystyka logo z określonymi parametrami koloru do użycia w wersjach online i w druku, minimalna wielkość znaku, pole ochronne, przykłady dozwolonego i zabronionego użycia znaku (czy można stosować przezroczystość, skalowanie, rodzaje tła, na jakim można umieszczać znak). W odniesieniu do logo dla marki minimalny zakres projektowania obejmuje:

- Wstępne koncepcje (moodboardy – minimum 2 propozycje dla każdego logotypu),
- Propozycje logo marki (minimum 2 koncepcje dla każdego logotypu) z prezentacją i opisem oraz dopracowanie wybranej wersji (2 serie zmian),

Po akceptacji finalnego wyglądu logo, dostarczenie kompletu plików w następujących wersjach:

- Wersja podstawowa,
- Negatyw na ciemne tło,
- Odcienie szarości,
- Odcienie szarości na ciemne tło,
- Wersja mono, cała biała/czarna,
- Przygotowanie kompletu finalnych plików użytkowych: .png .jpg .eps .pdf.

c) projekty następujących aktydenców:

- wizytówka firmowa,
- papier firmowy,
- stopka mailingowa,
- faktura,
- teczka,

d) wytyczne odnośnie stroju pracowników;

e) wytyczne odnośnie oznakowania pojazdów;

f) oznakowanie firmy w środku i na zewnątrz.

- Przygotowanie listy selekcyjnej nazw dla nowych produktów (minimum po 2 nazwy dla każdego produktu), weryfikacja i wybór nazw - nazwy produktowe dla 12 nowych produktów (4 produkty w 3 stylistykach).

2. Zaprojektowanie strategii marketingowej, wzoru opakowań, strony internetowej, sklepu online, materiałów promocyjnych.

A) STRATEGIA MARKETINGOWA

Planowane etapy realizacji zadania:

- a) Opracowanie briefu strategicznego;
- b) Dobór kanałów komunikacji marketingowej, w relacji do celów stawianych przed nią.
- c) Zaprojektowanie kluczowych akcji oraz komunikatów marketingowych, w wykorzystywanych kanałach wymiany informacji z rynkiem.

d) Opracowanie wskaźników pomiaru skuteczności podejmowanych działań marketingowych.

e) Opracowanie 12 miesięcznego planu działań marketingowych na rynku polskim.

Prace obejmują:

- przeprowadzenie audytu marketingowego w obszarach produktu, ceny i dystrybucji,
- przeprowadzenie audytu instrumentów i narzędzi komunikacji marki (w tym audytu komunikacyjnego sklepu internetowego wraz z rekomendacjami pod kątem przyszłych działań),
- zaprojektowanie strategii marketingowej na rynek polski i niemiecki wraz z rekomendowanym harmonogramem jej realizacji - w tym:
 - zdefiniowanie: celów S-T-O, grup docelowych, ścieżki nabywcy/ procesu decyzyjnego/ propozycji wartości, cech przekazów werbalnych, cechy przekazów wizualnych,
 - opracowanie wytycznych do powielania przekazów, rzeczowego harmonogramu komunikacji - chronologicznego wykazu instrumentów i narzędzi angażowanych na kolejnych etapach realizacji, w tym: zaprojektowanie strategii komunikacji marketingowej w social media, zaprojektowanie taktyk komunikacji w obrębie tzw. marketingu on-site wraz z wdrożeniem wybranych systemów umożliwiających wsparcie komunikacji marketingowej, w trakcie wizyty użytkownika na stronie, zaprojektowanie zautomatyzowanych scenariuszy komunikacji marketingowej wraz z testami ich skuteczności z użyciem wybranego systemu marketing automation.

B) PROJEKTY NOŚNIKÓW INFORMACJI MARKETINGOWEJ –STRONA WWW/ SKLEP INTERNETOWY RM MOTORS:

Na bazie wytycznych płynących ze strategii marketingowej zaprojektowane zostaną główne kanały przekazu marketingowego, a mianowicie:

- projekt strony www wraz ze sklepem internetowym/ w tym wygląd mediów społecznościowych (Facebook, Youtube) oraz projekt szaty graficznej sklepu internetowego spójnej z identyfikacją odświeżonej marki oraz wartościowe treści opisujące nowe produkty z oferty sklepu.

Wykonawca powinien zaprojektować sklep internetowy posiadający minimum następujące funkcjonalności: Zakupy gości (bez lub z rejestracją); Historia zamówień (panel klienta); Faktury (PDF); Druki wysyłki (PDF); Edycja zamówień z poziomu panelu administracyjnego; Ponowne zamawianie z poziomu panelu klienta; Statusy zamówień wraz z wysyłką e-maili transakcyjnych (elastyczne dodawanie); Koszyki zakupowe klientów (podgląd w panelu administracyjnym); Dodawanie zamówień z poziomu panelu administracyjnego; One page checkout; Wyświetlanie podsumowania zamówienia (po stronie widoku klienta); Powiadomienia administratora sklepu (mailowe) o zamówieniach; Dodawanie i edycja produktów, w tym: zdjęć, nazwy, opisów, stanu, kodu produktu, metadanych, tagów, URLa, przekierowania, widoczności; Szybkie dodawanie produktów (wraz z kopiowaniem); Dodanie załączników do produktu (plików, np. karty produktu); Personalizacja produktów (po stronie użytkownika, istnieje możliwość dopisania tekstu lub dołączenia pliku do danego produktu); Ustawianie cen produktów (netto, brutto, jednostkowych, zakupu); Dodawanie atrybutów do produktów (np. kolor, rozmiar i ich kombinacje). Atrybutom można ustawiać własną ilość, cenę, zdjęcia, stan magazynowy, kod produktu; Ustawianie czasów dostawy dla produktów; Ustawianie wymiarów i wagi; Przypisywanie kosztu wysyłki produktów; Ustawianie przewoźników dla produktów; Ustawianie specyficznych cen dla produktów (rabatów ilościowych, procentowych, z uwzględnieniem walut, krajów, grup, klientów, atrybutów, dat, ilości, sklepów); Pakiety produktów (kilka produktów w paczce); Produkty wirtualne; Dodawanie produktów powiązanych; Ustawianie podatków dla produktu; Przypisywanie dowolnej liczby kategorii produktom; Dodawanie i edycja kategorii i podkategorii, w tym: nazwa, kategoria nadrzędna, opis, zdjęcie główne, miniaturę, miniaturę menu, metadane, tagi, URL, dostęp dla grup; Monitorowanie-pokazuje dane produktów w których brakuje danych; Ustawianie ilości produktów; Generowanie kombinacji atrybutów; Dodawanie cech (np. długość, rodzaj opakowania). Cechy nie mają wpływu na cenę, ale mogą być nieuwzględniane w filtrach; Sortowanie produktów na listach; Akceptacja regulaminu przed zakupem; Pakowanie ozdobne (opcja); Magazyn; Dodawanie wielu adresów do jednego klienta; Statystyki katalogu; Wprowadzanie wielu walut; Ustawianie języka na podstawie języka przeglądarki; Ustawianie domyślnych danych (język, kraj, waluta, strefa czasowa); Aktualizacja walut na żywo; Pobieranie paczek lokalizacyjnych dla krajów (województwa, regiony, podatki, waluty języki, jednostki); Geolokalizacja (możliwość wyłączenia dla danych krajów) Wprowadzanie tłumaczeń sklepu z panelu administracyjnego; Zarządzanie podatkami (m.in.:stawki, przypisywanie do kraju); Rabaty i bony (dla wszystkich lub dla jednego klienta, na grupy klientów, od wartości zamówienia, ograniczenia czasowe, ograniczenia ilościowe na użytkownika, ograniczenia dla kraju, przewoźnika, grupy, produktu, procentowe lub kwotowe); Obniżki dla całego sklepu (waluta, kraj, grupa, ilościowe lub procentowe, ograniczenia czasowe); Edycja

emaili transakcyjnych; Tryb katalogu; Wyświetlanie ilości (dostępności) na stronie produktu; Oznaczenie produktu jako "nowość"; Zapisywanie maili newslettera; Generowanie pliku robots pod wyszukiwarkę; Przyjazne adresy URL; Włączanie obsługi certyfikatu SSL; Tryb przerwy technicznej – tymczasowe wyłączenie sklepu; Importer produktów, kategorii, kombinacji, klientów, adresów, marek, dostawców; Magazyn – zmiany ilościowe; Opcja multistore – wiele sklepów; Api; Logi; Dodawanie lokalizacji sklepów stacjonarnych; Opcje optymalizacyjne (cache); Tryb debugowania Upgrade sklepu; Podstawowe dane serwera; Tworzenie kopii zapasowej baz danych z panelu administracyjnego; Menadżer SQL (tworzenie zapytań z poziomu panelu administracyjnego); Zarządzanie pracownikami sklepu (konta, uprawnienia dostępowe); Rabaty progowe, kumulacyjne; Możliwość zarządzania grupami bez VAT i z VAT klientów; Opisy w kilku miejscach na stronie produktów i kategorii; Opcja IMG rotator, drugie zdjęcie produktu po najechaniu myszą; Rozszerzona opcja kopii zapasowej, wgrywania i tworzenia według kalendarza; Moduły integracji z social media i sklepem facebook; Rozszerzona wersja zarządzania katalogiem – export oraz import na CSV, XML, XLS; Automatyczne generowanie meta tagów; Powiadomianie o przywróconych do sprzedaży produktach; Opcja modyfikacji CSS bez interwencji w szablon sklepu; Zapytanie o niedostępne produkty; Przekierowania SEO; Tabele kombinacji produktów z wariantami; Polecane produkty; Lista życzeń; Porównywarka produktów.

W początkowej fazie prac konieczne jest zaprezentowanie minimum 2 koncepcji graficzno-funkcjonalnych sklepu internetowego, z których zostanie wybrana właściwa koncepcja będąca przedmiotem dalszych prac.

C) PROJEKTY NOŚNIKÓW INFORMACJI MARKETINGOWEJ – OPAKOWANIA I MATERIAŁY MARKETINGOWE:

- projekty 4 wzorów opakowań wraz z 12 etykietami dla nowych produktów, 1 taśmą.
 - projekty materiałów promocyjnych, w tym:
 - Karty produktowe: 12 sztuk (do wydruku i w wersji on line);
 - Katalog dla 12 produktów z możliwością rozszerzenia go oraz cennikiem (do wydruku i w wersji on line). Objętość katalogu to min. 12 stron A4.
 - 3 projekty gadżetów reklamowych o wartości do 100 PLN na bazie technologii i materiałów firmy, z możliwością dołączenia innych materiałów. Przykładowo: otwieracz do butelek, breloki z motywem motoryzacyjnym, gwizdek.
- Materiały muszą być zaprojektowane wraz z packshotami: minimum 6 packshotów na jeden produkt (dla 12 produktów) oraz zdjęciami w ilości 360 (po minimum 3 zdjęcia dla każdego z 12 produktów).
- Dodatkowo opracowany zostanie schemat realizacji usługi dotyczącej tuningowania samochodów, który będzie demonstrowany w przekazie marketingowym.

W początkowej fazie prac konieczne jest zaprezentowanie minimum 2 koncepcji wizualnych opakowań i materiałów reklamowych, z których zostanie wybrana właściwa koncepcja będąca przedmiotem dalszych prac.

OPIS OBECNIE OFEROWANEGO ASORTYMENTU WRAZ Z RYSUNKAMI ZNAJDUJE SIĘ NA STRONIE WWW RM MOTORS S.C. POD ADRESEM: www.rm-motors.com.

WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG

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,
- e) Projektant 2D/3D.

Minimalny skład zespołu to 3 osoby – jedna osoba może pełnić 2 funkcje w zespole (np. projektant 2D/3D 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 marki.**

SPOTKANIA KONSULTACYJNE

Usługi powinny odbywać się przy aktywnej współpracy ze Zleceniodawcą. W związku z powyższym w trakcie realizacji usług konieczne będą **co najmniej 6 spotkań konsultacyjnych ekspertów Wykonawcy z przedstawicielami Zleceniodawcy.**

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 3 godziny (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.

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 projektowanej marki,
- 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 opisu metodologii realizacji usługi oraz uzasadnienia metodologii.

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.

I. WSPÓLNY SŁOWNIK ZAMÓWIEŃ (CPV):

85312320-8 Usługi doradztwa,
73220000-0 Usługi doradcze w zakresie rozwoju,
79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe,
79000000-4 Usługi biznesowe: prawnicze, marketingowe, konsultingowe, rekrutacji, drukowania i zabezpieczania,
48000000-8 Pakiety oprogramowania i systemy informatyczne,
48224000-4 Pakiety oprogramowania do edycji stron WWW.

II. TERMIN WYKONANIA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

- Usługa musi zostać zrealizowana maksymalnie do dnia **31.08.2022 r.**
- Wykonawca zobowiązuje się do podpisania umowy w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego. Planowany termin podpisania umowy – **początek marca 2021 r.**

Niedotrzymanie określonego terminu wiązało się będzie z naliczaniem kar umownych w wymiarze 200 PLN za każdy przekroczony dzień. W przypadku, gdy opóźnienie na jakimkolwiek etapie realizacji zamówienia przekroczy 30 dni Zamawiający zastrzega sobie możliwość rozwiązania umowy z winy Wykonawcy.

III. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

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

- a) Dysponują co najmniej 3-osobowym zespołem projektowym spełniającym wymogi określone w zapytaniu ofertowym.
- b) Przedstawią plan (metodykę) realizacji usługi, która jest adekwatna do przedmiotu zamówienia i branży, w której działa Zamawiający.
- c) Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 1 usługi dotyczącej kompleksowego zaprojektowania nowej bądź zredefiniowania funkcjonującej 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 – brand book;*
 - *projekt graficzny materiałów marketingowych/wsparcia sprzedaży;*
 - *zaprojektowanie/przeprojektowanie struktury strony internetowej.*
- d) Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 1 usługi związanej z projektowaniem lub przeprojektowaniem marki, gdzie wartość usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat.
- e) 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 udziałów lub co najmniej 10% akcji,
 - pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie 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.

IV. WARUNKI DODATKOWE

- a) Prowadzenia 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 50 tysięcy złotych (słownie: pięćdziesiąt 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 odrębnie dla każdej części Wykonawca winien skalkulować wszelkie koszty ponoszone w związku z realizacją usługi m.in.:

- wynagrodzenie Wykonawcy,
 - opracowanie i wydruk materiałów dotyczących procesu projektowego,
 - 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,
 - dokumentacją projektową (techniczną),
 - dokumentację wykonawczą,
 - powyższa dokumentacja winna być dostarczona na zewnętrznym nośniku danych w formacie .pdf.
- i) Zamawiający zastrzega sobie możliwość prowadzenia bieżącego nadzoru na każdym etapie realizacji zamówienia. Sposób i rodzaj nadzoru będą doprecyzowane przed podpisaniem umowy.

V. WYMAGANE ZAŁĄCZNIKI

Oferent, aby mógł ubiegać się o realizację powyższej usługi musi złożyć następujące dokumenty:

1. Formularz ofertowy – *załącznik nr 1 do zapytania ofertowego*.
2. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – *załącznik nr 2 do zapytania ofertowego*.
3. Plan realizacji usługi – zgodnie z załączonym wzorem dokumentu – *załącznik nr 3 do zapytania ofertowego*.
4. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu marki – *załącznik nr 4 do zapytania ofertowego*
Zestawienie ma potwierdzać, iż ciągu ostatnich 5 lat zrealizowali minimum 1 usługę projektowania marki polegającą na minimum:
 - *opracowanie projektu graficznego identyfikacji wizualnej nowej marki – brand book;*
 - *projekt graficzny materiałów marketingowych/wsparcia sprzedaży;*
 - *zaprojektowanie/przeprojektowanie struktury strony internetowej.*
5. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej co najmniej 1 usługi związanej z projektowaniem lub przeprojektowaniem marki, gdzie wartość usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat - *załącznik nr 5 do zapytania ofertowego*.
6. Aktualny wypis z Krajowego Rejestru Sądowego lub wypis z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej lub inny dokument zaświadcający o prowadzonej działalności, nie starszy niż trzy miesiące.
7. CV osób dedykowanych do realizacji usługi spełniających wymogi wskazane w niniejszym zapytaniu ofertowym w rozdziale I.A. SZCZEGÓŁOWY ZAKRES USŁUGI -WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG. 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.

Powyższe załączniki należy przedstawić w oryginale lub poświadczyć za zgodność z oryginałem. Powyższy sposób poświadczenia zgodności dotyczy każdej strony dokumentu osobno, przedstawionego jako kserokopia. Potwierdzenia za zgodność dokonuje osoba do tego upoważniona, która podpisuje ofertę. W przypadku przedstawienia kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem wybrany Oferent będzie zobowiązany przed podpisaniem umowy do przedstawienia oryginałów tych dokumentów.

W sytuacji gdy Oferent przedłoży dokumenty, z których nie będzie jednoznacznie wynikało, iż spełnia wymogi określone w niniejszym zapytaniu Oferta taka zostanie ODRZUCONA.

Ponadto, Oferent jest zobowiązany przestrzegać limitów znaków wymaganych w załącznikach – w przypadku braku minimalnego wymaganego opisu merytorycznego (minimalne limity znaków) – w takich sytuacjach Oferent na własną odpowiedzialność podejmuje ryzyko, iż Zamawiający odrzuci ofertę z powodu nie spełnienia wymogów merytorycznych (niewystarczający/niepełny opis merytoryczny). Tym samym Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia oferty,

jeśli nie zostaną dopełnione minimalne ilości znaków wskazane z załącznikami do oferty. Dotyczy to zwłaszcza wymogu związanego z adekwatnością przedstawionego planu realizacji usługi oraz przedstawionej metodologii do branży, w której działa Zamawiający oraz działalności prowadzonej przez Zamawiającego. Zamawiający nie dopuszcza możliwości uzupełniania treści oferty czy załączników – kryteria oceny będą dokonywane wyłącznie na podstawie dokumentów, które wpłynęły wraz z ofertą.

VI. KRYTERIA WYBORU OFERTY

Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą, zgodnie z poniższymi kryteriami:

Lp.	kryteria oceny ofert	Waga	maksymalna liczba punktów
A.	Cena netto w PLN lub EUR*	60%	60
B.	Ilość osób delegowanych do realizacji usługi	25%	25
C.	Ilość spotkań konsultacyjnych	15%	15

*w przypadku podania ceny w walucie obcej, przeliczenie nastąpi wg kursu średniego Narodowego Banku Polskiego z dnia otwarcia ofert.

VII. OPIS SPOSOBU PRYZNAWANIA PUNKTACJI ZA SPEŁNIENIE DANEGO KRYTERIUM OCENY OFERTY

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:

Ocena = A + B + C, gdzie:

Ad. A. Kryterium **Cena netto w PLN lub EUR** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- najniższa zaproponowana cena netto za wykonanie przedmiotu zamówienia/cena netto badanej oferty za wykonanie przedmiotu zamówienia) x 60 punktów

Przy czym, jeżeli cena oferty wyda się rażąco niska w stosunku do przedmiotu zamówienia i budzić będzie wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającego z odrębnych przepisów, w szczególności jest niższa o 30% od wartości zamówienia lub średniej arytmetycznej cen wszystkich ofert, Zamawiający zwróci się o udzielenie wyjaśnień w określonym terminie dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny, spoczywa na Wykonawcy. Zamawiający oceniając wyjaśnienia, bierze pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności oszczędność metody wykonania zamówienia, wybrane rozwiązania techniczne, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonania zamówienia dostępne dla Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów. Zamawiający odrzuca ofertę wykonawcy, który nie złożył wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

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

Ad. B Kryterium **Ilość osób delegowanych do realizacji usługi*** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- (Ilość osób delegowanych do realizacji usługi w ramach ocenianej oferty/ najwyższa Ilość osób delegowanych do realizacji usługi w ramach ocenianych ofert) x 25 punktów

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta oraz pozostałych załączników (w tym m.in. CV).

*W odniesieniu do tego kryterium należy mieć na uwadze, że do oceny kryterium punktowego wliczone zostaną tylko te osoby, które spełniają wymogi odnośnie doświadczenia opisane w akapicie pn. WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 25 punktów.

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

- minimum 12 spotkań z przedstawicielami Wykonawcy – 15 punktów,
- minimum 10 spotkań z przedstawicielami Wykonawcy – 10 punktów,
- minimum 8 spotkań z przedstawicielami Wykonawcy – 5 punktów,
- 6 spotkań z przedstawicielami Wykonawcy – 0 punktów,

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta.

* Spotkania konsultacyjne muszą odbywać się zgodnie z wymogami określonymi w punkcie I ZAKRES USŁUGI - SPOTKANIA KONSULTACYJNE

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 15 punktów.

Łączna ocena ofert:

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 pkt.

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.

W przypadku odmowy podpisania umowy przez wybranego Wykonawcę, Zamawiający może zawrzeć umowę z Wykonawcą, który spełnia wymagania zapytania ofertowego i którego oferta uzyskała kolejno najwyższą liczbę punktów.

VIII. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

- a) ofertę należy przedstawić na załączonym do zapytania ofertowego formularzu,
- b) nieodłączny element oferty stanowią załączniki wymagane w pkt. V 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) dopuszcza się składanie ofert w języku polskim oraz angielskim,
- e) oferta musi być podpisana przez osobę do tego upoważnioną, która widnieje w Krajowym Rejestrze Sądowym, wypisie z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej lub innym dokumencie zaświadczającym o jej umocowaniu prawnym. W razie podpisania oferty przez osobę upoważnioną – wymagane przedłożenie do oferty pełnomocnictwa,
- f) wszystkie strony oferty wraz z załącznikami muszą być trwale spięte,
- g) wszelkie poprawki lub zmiany w treści muszą być parafowane przez osobę podpisującą ofertę,
- h) każdy z Wykonawców może złożyć tylko jedną ofertę,
- i) Zamawiający odrzuci ofertę niespełniającą warunków formalnych lub złożoną po terminie. Wykonawcy z tego tytułu nie przysługują żadne roszczenia,
- j) Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych,
- k) Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielania zamówień uzupełniających,
- l) 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.rm-motors.com oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl,
- m) Zamawiający zastrzega sobie prawo odwołania lub unieważnienia oraz zakończenie postępowania bez wyboru Wykonawcy, bez podania przyczyn,
- n) na Oferencie ciąży obowiązek przedłożenia oferty spełniającej wszelkie wymogi formalne i merytoryczne. W sytuacji, gdy z przedłożonej oferty nie będzie jednoznacznie wynikało, iż spełnia ona wymagania określone w zapytaniu ofertowym wówczas Zamawiający odrzuci ofertę ze względu na niespełnianie wymogów. Z tego względu każdy Oferent winien szczegółowo przeanalizować wymagania stawiane środkom trwałym będących

przedmiotem zapytania ofertowego i sporządzić specyfikację jednoznacznie odnoszącą się do wszystkich wymogów wskazanych przez Zamawiającego,

- o) Administratorem danych osobowych, które znajdą się w formularzu ofertowym oraz załącznikach do oferty jest RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik, Ul. Olsztyńska 8, 11-001 Dywity (w dalszej części określane jako RM MOTORS). RM MOTORS będzie przetwarzał dane osobowe w określonych celach, np. analizy przedłożonej oferty, zawarcia i realizacji umowy. Każdy Oferent ma prawo zażądać dostępu do treści danych, które go dotyczą – poprawić je, zaktualizować, sprostować, przenieść, usunąć lub ograniczyć ich przetwarzanie. Każdy Oferent może też wnieść sprzeciw wobec przetwarzania udostępnionych danych osobowych. Każdy z Oferentów ma prawo do wycofania wyrażonej zgody. Wycofanie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania danych sprzed wycofania zgody. Jeśli Oferent ma wątpliwości czy dane są prawidłowo przetwarzane przez RM MOTORS, to może wnieść skargę do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

X. SPOSÓB SKŁADANIA OFERTY

Ofertę/y należy złożyć w zamkniętej kopercie, opieczetowanej pieczęcią firmową Oferenta, adresem Zamawiającego (podanym poniżej) oraz zapisem: OFERTA NA REALIZACJĘ USŁUG DORADCZYCH ZWIĄZANYCH Z PROJEKTOWANIEM MARKI W RAMACH PROJEKTU PN. „WZROST KONKURENCYJNOŚCI RM MOTORS s.c. POPRZEZ WDROŻENIE REKOMENDACJI AUDYTU WZORNICZEGO”:

- a) osobiście w siedzibie przedsiębiorstwa RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik, Ul. Olsztyńska 8, 11-001 Dywity,
- b) pocztą, listem poleconym, kurierem na adres siedziby przedsiębiorstwa RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik, ul. Olsztyńska 8, 11-001 Dywity.
- c) za pośrednictwem Bazy konkurencyjności znajdującej się pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl postępując zgodnie z „Instrukcją oferenta w BK2021”¹.

XI. TERMIN SKŁADANIA OFERT

Oferta musi zostać złożona w nieprzekraczalnym terminie, do dnia **24.02.2022 r., do godz. 15:00** w siedzibie przedsiębiorstwa RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik, Ul. Olsztyńska 8, 11-001 Dywity. W przypadku złożenia oferty drogą pocztową, decyduje godzina wpływu oferty.

- Oferty dostarczone Zamawiającemu po terminie składania ofert nie będą rozpatrywane.
- Skuteczne złożenie oferty oznacza otrzymanie oferty przez Zamawiającego przed upływem terminu składania ofert. Zmiany albo wycofanie oferty przez oferenta przed upływem terminu składania ofert jest dopuszczalne.
- Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za przypadkowe otwarcie oferty przed upływem wyznaczonego terminu, w przypadku nieodpowiedniego oznakowania koperty.
- Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający podaje kwotę jaką przeznaczył na sfinansowanie zamówienia oraz ilość złożonych ofert. Natomiast po otwarciu ofert Zamawiający podaje ceny poszczególnych ofert, ilość osób delegowanych do realizacji usługi oraz ilość spotkań konsultacyjnych.
- Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie przedsiębiorstwa Zamawiającego po terminie składania ofert. Termin otwarcia ofert: **24.02.2022 r. o godz. 16:00**.
- Po otwarciu ofert Zamawiający dokona ich oceny. W trakcie oceny i badania ofert Zamawiający może wzywać oferentów do złożenia wyjaśnień dotyczących złożonych przez nich ofert.
- Kończąc procedurę oceny ofert Zamawiający podejmie decyzję o wyborze najkorzystniejszej oferty.
- Zamawiający sporządzi pisemny protokół z wyboru najkorzystniejszej oferty.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do niedokonania wyboru najkorzystniejszej oferty. W każdym czasie postępowania przetargowego dotyczącego wyboru wykonawcy, Zamawiający ma prawo do jego zakończenia

¹ https://archiwum-bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/info/web_instruction

bez wyboru jakiegokolwiek oferenta. Oferentom nie przysługują wobec Zamawiającego jakiegokolwiek roszczenia z tego tytułu.

- Zamawiający niezwłocznie powiadomi oferentów oraz ogłosi wyniki na swojej stronie internetowej Zamawiającego pod adresem www.rm-motors.com oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl.

XII. TERMIN WAŻNOŚCI OFERTY

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

XIII. INFORMACJA NA TEMAT ZAKRESU WYKLUCZENIA Z MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Z możliwości realizacji zamówienia wyłączone są podmioty, które są powiązane osobowo lub kapitałowo z firmą RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązanie między firmą RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu firmy RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik lub osobami wykonującymi w imieniu firmy RM MOTORS s.c. Rafał Białousz, Marek Kodzik 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 udziałów lub co najmniej 10% akcji,
- pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
- pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie 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.

Potwierdzeniem braku powiązań kapitałowych lub osobowych jest złożenie przez oferenta oświadczenia o braku występowania w/w powiązań na obowiązującym wzorze stanowiącym załącznik nr 2 do niniejszego zapytania ofertowego.

W przypadku złożenia oferty przez Wykonawcę powiązanego osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym, zostanie on wykluczony z udziału w postępowaniu ofertowym.

XIV. WARUNKI DOKONANIA ZMIANY UMOWY

Zamawiający przewiduje możliwość zmiany umowy, w przypadku:

- gdy nastąpi zmiana powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
- wystąpienia okoliczności niezależnych od Wykonawcy na uzasadniony wniosek Wykonawcy, pod warunkiem, że zmiana ta wynika z okoliczności, których Wykonawca nie mógł przewidzieć na etapie składania oferty i nie jest przez niego zawiniona, przypadków siły wyższej, uznanej przez Zamawiającego jako zdarzenie nadzwyczajne, zewnętrzne, niemożliwe do zapobieżenia (np. powódź, strajki, zamieszki, decyzje administracyjne, państwowe).

Wszelkie zmiany, jakie strony chciałyby wprowadzić do postanowień zawartej umowy, wymagają pod rygorem nieważności formy pisemnej i zgody obu stron (w drodze pisemnego aneksu).

XV. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ DOTYCZĄCYCH TREŚCI ZAPYTANIA OFERTOWEGO

- Oferent może zwrócić się do Zamawiającego z prośbą o wyjaśnienie treści zapytania ofertowego tylko w formie pisemnej za pomocą poczty elektronicznej lub poprzez Bazy konkurencyjności.
- Zamawiający udzieli wyjaśnień, jeżeli pisemne zapytanie wpłynie do niego nie później niż na 2 dni robocze przed upływem terminu składania ofert.
- Wszelkich informacji dotyczących procedury przeprowadzenia zamówienia, w tym technicznych aspektów przedmiotu zamówienia udziela **Pan Rafał Białousz**, e-mail: r.bialousz@rm-motors.com

XVI. ZAŁĄCZNIKI

- a) Wzór formularza ofertowego – *Załącznik nr 1.*
- b) Wzór oświadczenia o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – *Załącznik nr 2.*
- c) Wzór planu realizacji usługi – *Załącznik nr 3.*
- d) Wzór zestawienia potwierdzającego, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu marki - *załącznik nr 4 do zapytania ofertowego*
- e) Wzór zestawienia potwierdzającego, iż Oferenci Posiadają udokumentowane doświadczenie w zakresie realizacji co najmniej 1 usługi związanej z projektowaniem lub przeprojektowaniem marki, gdzie wartość usługi wyniosła co najmniej 50 tys. PLN netto w ciągu ostatnich 5 lat - *załącznik nr 5 do zapytania ofertowego.*

Z poważaniem

**Rafał Białousz, Marek Kodzik–
Wspólnicy Spółki Cywilnej**