

Wrocław, dnia 25 września 2018 r.

### **Dot. PN/1/2018**

W związku z prowadzonym postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego pn. „Przygotowanie i realizacja ogólnopolskiej kampanii promocyjnej w Internecie i w mediach społecznościowych w ramach realizacji projektu pn. Akademicki Wrocław” organizowanego przez Agencję Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej S.A. z siedzibą we Wrocławiu (50-062), pl. Solny 14, dla której Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sadowego prowadzi akta rejestrowe pod numerem KRS 0000248319, NIP: 897-171-03-46, REGON: 020204230, kapitał zakładowy w wysokości 26.190.990,00 PLN, wpłacony w całości (zwana dalej „Zamawiającym”), Zarząd Zamawiającego wskazuje kolejne pytania dotyczące zamówienia, które Zamawiający otrzymał, wraz z udzieleniem odpowiedzi:

#### **Pytanie nr 17**

Kampania zakłada również video. W jaki sposób zapisywać emisje spotów reklamowych rozliczanych w innych modelach niż „za kliknięcie”? Kolumna „CENA JEDN. kliku” jest nieadekwatna do tego typu reklamy.

#### **Odpowiedź:**

Kampania VIDEO może zawierać link z odniesieniem do strony www, stąd też jeśli Wykonawca zakłada promocję w takich kanałach, gdzie jest to możliwe, to ilość kliknięć powinna zostać uzupełniona. W przypadku gdy dany kanał promocji, jest stricte zasięgowy (odślonowy) to Wykonawca, może nie podawać ilości kliknięć w ramach danego kanału, jednak bezwzględnie musi uzasadnić ten fakt w opisie danego kanału.

#### **Pytanie nr 18**

Proszę o wyjaśnienie kolumny „ILOŚĆ REKALM”. Chodzi o liczbę rozmiarów reklamowych potrzebnych w danym kanale komunikacji?

#### **Odpowiedź:**

Pole "ilość reklam" określa ilość formatów reklamowych, zaplanowanych przez Wykonawcę do ekspozycji w ramach danego kanału promocji.