

KRYTERIA OCENY OFERT

Zamawiający przy wyborze oferty będzie kierował się następującym podziałem ważności kryteriów:

- 1) 80 % - cena brutto oferty,
- 2) 10 % - sposób promocji, dotarcia z informacją o wydarzeniu pod nazwą „II Motocyklowy Kongres Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego”, i przesłaniem przewencyjnym do jak największej liczby osób
- 3) 10 % - koncepcja kreatywna wydarzenia pod nazwą „II Motocyklowy Kongres Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego”,

1. Punkty za kryterium „cena” zostaną obliczone w następujący sposób:

Cena całkowita brutto oferty najtańszej

----- x 80 = liczba przyznanych punktów

Cena całkowita brutto oferty badanej

Końcowy wynik powyższego działania zostanie zaokrąglony do dwóch miejsc po przecinku.

2. Punkty za kryterium „sposób promocji i dotarcia z informacją o wydarzeniu pod nazwą „II Motocyklowy Kongres Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego”, i przesłaniem przewencyjnym do jak największej liczby osób” zostaną przyznane w skali punktowej do 10 punktów, na podstawie przedstawionego opisu planowanych działań, w następujący sposób:

- do 5 pkt – działania informacyjne prowadzone przed datą „II Motocyklowego Kongresu Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego”
- do 5 pkt – za działania prowadzone w trakcie „II Motocyklowego Kongresu Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego”

Oceniając oferty Zamawiający będzie brał pod uwagę szczegółowość przedstawionych planów promocyjnych, ich innowacyjność, przewidywaną skuteczność, wykorzystanie mediów społecznościowych i innych kanałów.

3. Punkty za kryterium „koncepcja kreatywna II Motocyklowego Kongresu Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego” zostaną przyznane w skali punktowej do 10 punktów, na podstawie opisu koncepcji przeprowadzenia Kongresu wraz z konkretnymi przykładami. Na podstawie przedstawionego opisu planowanych działań, w następujący sposób:

- do 5 punktów - całokształt planów przeprowadzenia konferencji, w tym sposób limitowania uczestników panelu i planowany wystrój wnętrza. Podczas przyznawania punktów brany pod uwagę będzie stopień dostosowania koncepcji do założeń zawartych w SOPZ oraz unikalność i oryginalność proponowanych działań.
- do 5 punktów - działania dodatkowe adekwatne do zakresu i tematyki kongresu skierowane do grupy docelowej. Zostaną one ocenione przez Zamawiającego między innymi w zakresie adekwatności do tematyki i grupy docelowej Kongresu oraz ich potencjalnego wpływu na frekwencję

4. Liczby punktów, o których mowa w pkt 1 - 3 po zsumowaniu stanowić będą końcową ocenę oferty.
5. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą liczbą punktów.

