

BDG-V.2611.4.2019.PS

Załącznik nr 1 do SIWZ

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

na opracowanie koncepcji funkcjonalnej modernizacji Portalu promocji eksportu www.trade.gov.pl
w ramach projektu

„Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe - Marka Polskiej Gospodarki – Brand”
3.3.2 Program Operacyjny Inteligentny Rozwój (PO IR)

CZĘŚĆ I

Informacje ogólne

1. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM

Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii, Departament Handlu i Współpracy Międzynarodowej,
Plac Trzech Krzyży 3/5, 00-507 Warszawa.

2. WPROWADZENIE

Portal promocji eksportu www.trade.gov.pl (zwany dalej Portalem) jest jednym z kluczowych elementów realizacji celów Strategii Odpowiedzialnego Rozwoju w zakresie ekspansji zagranicznej polskich przedsiębiorstw. Koncepcja funkcjonalna Portalu powinna klarownie pokazywać, a jaki sposób Portal będzie wspierał główne cele Strategii:

- podwojenia liczby polskich eksporterów, w tym zaangażowania nowych firm w działalność eksportową,
- wprowadzania eksporterów na kolejne rynki,
- zwiększenia liczby firm eksportujących na rynki pozaeuropejskie,
- zwiększenia eksportu towarów wysokiej technologii,
- zwiększenia eksportu usług,
- zwiększenia liczby polskich firm inwestujących za granicą (przejęcia, budowa zakładów, sieci dystrybucyjnych itp.).

W Polsce funkcjonuje duża ilość portali i stron internetowych organizacji publicznych (szczególnie centralnego i lokalnego, agencji rządowych, organizacji non-profit, izb i stowarzyszeń przedsiębiorców itd.), które w swoim zakresie mają działania promocji i rozwoju eksportu. Informacje niejednokrotnie różnią się na poszczególnych stronach, a nawet bywają sprzeczne. Na skutek chaosu informacyjnego przedsiębiorca nie dociera do możliwości, które są dla niego stworzone. System postrzegany jest jako zbyt skomplikowany i biurokratyczny.

Zadaniem wykonawcy będzie dokonanie przeglądu zawartości portali instytucji wsparcia internacjonalizacji: Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości,

Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych, Banku Gospodarstwa Krajowego, sieci Enterprise Europe Network, Centrów Obsługi Inwestora i Eksportera, Polskiego Funduszu Rozwoju, Ministerstwa Spraw Zagranicznych, urzędów marszałkowskich, Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, Krajowej Izby Gospodarczej, stowarzyszeń eksporterów, izb branżowych i bilateralnych, instytucji Unii Europejskiej itp. Przegląd powinien obejmować zakres oferowanego przez daną instytucję wsparcia i publikowanych informacji przede wszystkim pod kątem możliwej integracji w spójną komunikację do przedsiębiorcy na Portalu. Celem przeprowadzenia przeglądu jest poznanie całego spectrum informacyjnego ww. instytucji na temat wsparcia eksportu, z jednoczesnym wskazaniem użytecznych stron, nieużytecznych, niedziałających, wartych promowania, ewentualnie przeznaczonych do wygaszenia, zmiany formatu itd. Wykonawca przeprowadzi też badania potrzeb tych instytucji w stosunku do głównego Portalu promocji eksportu, oczekiwanego sposobu współpracy, wzajemnej promocji treści i aktywności itp. W założeniu Portal ma wspierać te instytucje w działaniach wspierających eksport.

Kolejnym zadaniem ma być stworzenie koncepcji modernizacji Portalu promocji eksportu, który będzie podejmował najważniejsze wnioski i cele z przeprowadzonego audytu. Celem Portalu jest takie wspieranie działalności eksportowej oraz inwestycyjnej polskich przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych, aby zrealizować cele Strategii Odpowiedzialnego Rozwoju w tym zakresie. Odbywać się to będzie poprzez wskazanie właściwych dla danego przedsiębiorcy instrumentów i instytucji wsparcia oraz możliwości biznesowych. Ponadto Portal powinien funkcjonować w wersjach obcojęzycznych, skierowanych do odbiorców zagranicznych, którzy są zainteresowani współpracą z polskimi firmami.

Portal promocji eksportu będzie portalem integrującym oraz promującym działania i projekty wszystkich instytucji administracji centralnej i lokalnej oraz innych partnerów – łącznie z agencjami i agendami rządowymi – w zakresie wsparcia internacjonalizacji polskich firm. Portal powinien promować system wsparcia w spójny i prosty sposób.

Wykonawca przedstawi koncepcję struktury Portalu oraz koncepcję sterowania ruchem użytkowników, przechodzenia między portalami, pobierania treści itp. Konieczne jest również wskazanie odpowiednich ścieżek dotarcia do Portalu, zarówno od użytkownika krajowego, jak i zagranicznego. Zbadanie ścieżek klientowskich ma na celu zwiększenie monetyzacji informacji, narzędzi i instrumentów prezentowanych na Portalu i innych instytucji wspierających eksport. Oczekuje się wskazanie odpowiednich sugestii w zakresie pozycjonowania Portalu (polityka SEM/SEO).

Na podstawie zidentyfikowanych możliwości integracji Portalu promocji eksportu z portalami innych instytucji, przedsiębiorca powinien otrzymać spójny kompleksowy obraz instrumentów wsparcia, działań i wydarzeń rekomendowanych i dostosowanych do swojego profilu. Dzięki Portalowi promocji eksportu (działającemu jako jedna z trzech sekcji w biznes.gov.pl), przedsiębiorca uzyska pełny obraz wsparcia ekspansji zagranicznej i łatwiej trafi do właściwej dla niego aktualnej informacji o możliwościach wsparcia, wydarzeniach, o potrzebnych kontaktach itp.

3. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest koncepcja modernizacji strony wizualnej oraz zawartości merytorycznej Portalu, na podstawie przeglądu istniejących portali instytucji wsparcia eksportu, badań potrzeb instytucji wsparcia, badań przedsiębiorców oraz benchmarków światowych.

Kluczowym elementem w trakcie tworzenia koncepcji modernizacji Portalu jest poznanie i uwzględnienie opinii użytkowników końcowych (przedsiębiorców) na różnych etapach prac koncepcyjnych i wdrożeniowych – ten element będzie szczególnie brany pod uwagę przy wyborze Wykonawcy.

Zadaniem Wykonawcy w szczególności jest:

- dokonanie ewidencji i przeglądu istniejących Portalu wsparcia eksportu prowadzonych przez instytucje szczebla centralnego (włącznie z agencjami i agendami rządowymi), lokalnego oraz innych partnerów (np. Enterprise Europe Network, specjalne strefy ekonomiczne, izby gospodarcze itp.),
- przeprowadzenie badań instytucji wspierających eksport w zakresie ich potrzeb w stosunku do głównego Portalu promocji eksportu (wzajemna promocja oferty dla przedsiębiorców: treści, aktywności czy instrumentów wsparcia),
- przeprowadzenie badań (dopuszczalne różnorakie formy) na użytkownikach końcowych (przedsiębiorcach),
- przygotowanie koncepcji funkcjonalnej modernizacji Portalu promocji eksportu www.trade.gov.pl w formie makiet wszystkich stron i podstron Portalu,
- przygotowanie koncepcji wizualnej modernizacji Portalu promocji eksportu www.trade.gov.pl w formie makiet wszystkich stron i podstron Portalu,
- przygotowanie kompletu treści (kontentu – pisanego, video, e-learning itp.).

Zamawiający oczekuje od wykonawcy w ramach realizacji przedmiotu zamówienia utworzenia nowej zawartości Portalu, która wypełni zaprojektowaną przez wykonawcę strukturę Portalu.

Przedmiotem zamówienia jest koncepcja modernizacji strony wizualnej oraz zawartości merytorycznej Portalu, w ramach której zadaniem Wykonawcy w szczególności jest przygotowanie kompletu treści (kontentu – pisanego, video, e-learning itp.). Zamawiający oczekuje gotowych treści zawartości Portalu zgodnie z zaproponowaną strukturą Portalu. Powinny być one wynikiem badań instytucji wspierających eksport w zakresie ich potrzeb w stosunku do głównego Portalu oraz badań na użytkownikach końcowych (przedsiębiorcach). W przypadku braku możliwości przygotowania gotowego materiału (np. w przypadku nadchodzących wydarzeń, braku danych na etapie przygotowywania treści itp.), wykonawca proponuje zakres materiału i jego umiejscowienie w strukturze Portalu. Zamawiający nie specyfikuje ilości poszczególnych rodzajów treści - powinno być to wynikiem ww. badań i analiz.

4. TERMIN REALIZACJI

Koncepcja merytoryczna zmodernizowanego Portalu (wraz z wynikami i wnioskami z badań instytucji i przedsiębiorców) powinna być dostarczona do Zamawiającego w terminie 90 dni, licząc od dnia zawarcia umowy. Ostateczny szczegółowy harmonogram poszczególnych działań proponuje Wykonawca.

Część II

Zadania Wykonawcy na etapie składania oferty

1. Wykonawca przedstawi kompleksowy plan działań i harmonogram prac związanych z realizacją zadania wraz z opisem zawartości poszczególnych kroków,
2. Wykonawca przedstawi specyfikację planowanych badań (lub innych metod poznania opinii) na użytkownikach końcowych (przedsiębiorcach) w trakcie prac koncepcyjnych.
3. Wykonawca przedstawi wstępną propozycję wyglądu Portalu, wraz z opisem i uzasadnieniem, zawierającą przynajmniej:
 - makietę strony głównej wersji dla odbiorców krajowych wraz z makietą jednej kluczowej podstrony,
 - makietę strony głównej wersji dla odbiorców zagranicznych wraz z makietą jednej kluczowej podstrony.
4. Wykonawca przedstawi uzasadnienie przyjętego rozwiązania: źródła danych, analizowane benchmarki (kraje i instytucje), uzasadnienie przyjętych rozwiązań merytorycznych, funkcjonalnych, itd.
5. Wykonawca przedstawi elementy opisujące zidentyfikowane ryzyka projektu takie, jak na przykład:
 - 1) Nazwę ryzyka,
 - 2) Scharakteryzowanie prawdopodobieństwa wystąpienia,
 - 3) Scharakteryzowanie możliwego wpływu na projekt,
 - 4) Scharakteryzowanie możliwych skutków ryzyka,
 - 5) Sposób zapobiegania wystąpieniu ryzyka.
6. Wykonawca przedstawi ofertę cenową.

Część III

Zadania Wykonawcy po podpisaniu umowy

Zadaniem wykonawcy jest zaprojektowanie funkcjonalnego docelowego Portalu promocji eksportu www.trade.gov.pl. Priorytetem jest jak najlepsze doświadczenie użytkownika, użyteczność i dopasowanie treści, funkcjonalność zgodna z najnowszymi trendami user experience oraz prostota (minimalna ilość kroków, aby dotrzeć do poszukiwanej informacji). Oczekiwane jest poznanie najlepszych rozwiązań rynkowych (benchmarków) wraz z wnioskami, efektami i przykładami do wdrożenia. Benchmarkami mogą być np. portale: www.great.gov.uk, www.export.gov i

www.austrade.gov.au. Zamawiający oczekuje, że Wykonawca przedstawi też inne portale jako benchmarkowe.

Zadaniem Wykonawcy będzie przegląd istniejących portali najważniejszych instytucji publicznych i non-profit podejmujących tematykę eksportową. Zadaniem jest wskazanie Portali, których integracja merytoryczna z Portalami jest zasadna i możliwa (wzajemna promocja treści, aktywności, instrumentów dla przedsiębiorców itp.).

Zadaniem Wykonawcy jest przeprowadzenie badań użytkowników (przedsiębiorców różnych branż, segmentów i doświadczenia w eksporcie, eksportujących towary i/lub usługi lub prowadzących / planujących otwarcie jednostek za granicą) weryfikujących ich oczekiwania w zakresie funkcji i zakresu informacji na Portalu promocji eksportu oraz weryfikujących funkcjonalność i estetykę Portalu. Badania powinny być przeprowadzone na różnych etapach procesu projektowania i tworzenia Portalu.

Zadaniem dla Wykonawcy będzie wskazanie optymalnego zakresu informacji, jaki powinien zostać zawarty na Portalu. Oczekuje się, że taki zakres powstanie w oparciu o przeprowadzone badania zewnętrzne z użytkownikami i instytucjami wsparcia. Przykładowy zakres informacji, jaki może (ale nie musi) zawierać się na Portalu, to sekcje opisane w punktach poniżej. Zawartość Portalu może wybiegać poza funkcjonalności opisane poniżej – propozycje kreatywne będą przedmiotem oceny przez Zamawiającego. Powinny być one potwierdzone wynikami badań opinii i oczekiwań przedsiębiorców.

Zadaniem wykonawcy jest również przygotowanie (zredagowanie) treści merytorycznych dla docelowego Portalu („kontentu”), wypracowanie mechanizmów aktualizacji oraz dbałości o prostotę i zrozumiałość treści dla docelowego odbiorcy. Metoda zbadania użyteczności i czytelności kontentu powinna zostać wykazana przez Wykonawcę jako działanie profesjonalnego copywrightera, zbadane w formie badań z użytkownikami lub w innej formie zaproponowanej przez oferenta i zaakceptowanej przez Zamawiającego.

Zadaniem Wykonawcy jest także sprawdzenie znajomości aktualnej marki Portalu promocji eksportu www.trade.gov.pl, a także przedstawienie rekomendacji działań w odniesieniu do wyników badań – pozycjonowania, metod promocji itp.

Konieczne jest zaproponowanie najlepszych rozwiązań w zakresie powiązania funkcjonalnego z portalami Grupy PFR (szczególnie KUKE, PARP, PAIH, BGK i PFR). Portale BGK, KUKE, PARP, PAIH i PFR podlegają integracji merytorycznej, ale pozostają w swojej dotychczasowej funkcjonalności.

Oczekiwane jest przedstawienie koncepcji portalu dla osób z niepełnosprawnościami, przede wszystkim dla osób niewidomych i niedowidzących. Nowy Portal powinien powstać w formacie RWD. Oczekiwana jest odpowiedź na pytanie, czy potrzebna jest wersja mobilna (wskazanie potrzeb użytkowników i zakresu funkcjonalności).

1. Spójny kalendarz wydarzeń

Kalendarz wydarzeń pro-eksportowych ujętych w jeden spójny ogólnopolski harmonogram. Przedsiębiorcy mogą mieć dostęp do jednej listy nadchodzących wydarzeń (z możliwością profilowania pod użytkownika).

Kalendarz wydarzeń może zawierać również kluczowe daty (np. ostateczna data rejestracji na wydarzenie, ogłoszenie konkursu / naboru wniosków, data złożenia wniosku o grant itp.). Kalendarz może obejmować aktywności instytucji i agend Unii Europejskiej, które wspierają internacjonalizację firm UE na rynkach trzecich (np. <http://madb.europa.eu/madb/servicesForSME.htm>).

W przypadku braku możliwości integracji i pozyskiwania treści z jakiegokolwiek portalu (kontakty, wydarzenia itp.), wykonawca przekaze właścicielowi tego Portalu wytyczne (wspólne dla wszystkich integrowanych portali), w jaki sposób powinien dostosować technologię, aby możliwa była integracja i promocja jego treści i działalności na głównym Portalu promocji eksportu www.trade.gov.pl.

Portal promocji eksportu będący przedmiotem zamówienia powinien mieć mechanizm „pilnowania” aktualności treści (np. usuwania informacji o rozpoczęciu naboru do programu wsparcia po upływie terminu zgłoszeń). Takie informacje powinny być przenoszone do archiwum informacji.

2. Edukacja i informacja

Portal może zawierać bazę wiedzy i rozwoju kompetencji eksportowych: webinaria, filmy, kursy, szkolenia, artykuły. Na Portalu mogą być publikowane przykłady sukcesu międzynarodowego firm różnych branż i wielkości, które będą inspiracją dla pozostałych. Publikacje mogą być w formie artykułów, wywiadów, wideo itp. W przypadku takiej rekomendacji, zweryfikowanej badaniami opinii przedsiębiorców, Wykonawca samodzielnie zaproponuje i przygotuje zakres tematyczny i stosowne materiały (zawartość merytoryczną Portalu).

Ważnym celem Portalu jest zachęcanie i włączanie nowych firm w działalność eksportową. Dlatego zasadnym jest zamieszczanie materiałów à la przewodnik „Jak rozpocząć eksport – step by step”. Benchmarkiem może być „Guide to exporting” na Portalu austrade.gov.au oraz portal great.gov.uk. Oczekuje się stworzenie zakresu merytorycznego takiego materiału, a także jego najbardziej efektywnej formy prezentowania. Koncepcja konkretnych sekcji przewodnika i ich zawartości powinna zostać zaprezentowana przez Wykonawcę. Kontent powinien zostać zaproponowany przez Wykonawcę.

Portal może prezentować „niestandardowe” możliwości ekspansji: udział w przetargach instytucji międzynarodowych i instytucji rządowych innych krajów, eksport z wykorzystaniem kanałów elektronicznych (e-export), eksport poprzez franszyzę, eksport własności intelektualnej, inwestowanie za granicą (przejęcia, budowa sieci dystrybucji, zakładów itp.) – wraz z instytucjami i instrumentami wspierającymi przedsiębiorców w tego rodzaju ekspansji.

W ramach profili geograficznych Portal może prezentować korzyści z umów handlowych UE, z możliwością profilowania informacji dla konkretnych przedsiębiorców. Równocześnie powinna być możliwość prezentowania barier i ryzyk w handlu z danym rynkiem (krajem, regionem) – wraz z

informacją o zmianach w umowach i barierach (znoszenie, nowe bariery, zapowiedzi zmian, metody łagodzenia skutków lub radzenia sobie z barierami itd.).

Ponieważ równolegle tworzone jest narzędzie do analizy potencjału eksportowego w formie bazy danych, Portal powinien mieć możliwość pobierania i prezentowania określonych informacji przedsiębiorcom w formie spójnych raportów wg profilu przedsiębiorcy lub zgłoszonych potrzeb (np. raport o potencjale eksportowym na danym rynku lub o możliwościach eksportowych dla danej branży). Ten zakres działania będzie na bieżąco weryfikowany pomiędzy Zamawiającym i Wykonawcą dla maksymalnego podniesienia efektywności obu projektów. Portal powinien dawać możliwość połączenia produktów obu projektów za pomocą odpowiedniego interface / podstrony lub w innej zaakceptowanej formule.

Portal powinien również dawać możliwość połączenia poprzez interface z innymi bazami danych, np. bazą danych o przetargach instytucji międzynarodowych i innych.

Portal może prezentować aktualne instrumenty finansowania działalności eksportowej i inwestycyjnej, ubezpieczania i rozliczania oferowane przez instytucje publiczne oraz prywatne (prywatne bez identyfikacji firmy – jedynie opis instrumentów wsparcia czy produktów finansowych). Prezentacja instrumentów powinna być dostosowana do profilu przedsiębiorcy (doświadczenie w eksporcie, rodzaj transakcji, rynek docelowy itp.).

3. Promowanie instytucji wsparcia internacjonalizacji

Portal może mieć sekcję „Twoi partnerzy”, która w prosty sposób prezentuje ofertę poszczególnych instytucji wsparcia ekspansji. Mapa instytucji powinna pozwolić przedsiębiorcy na zorientowanie się, czego może oczekiwać od każdej z nich, w jakiej sytuacji / w jakiej sprawie powinien się do nich zgłaszać oraz jakiej wartości dodanej może oczekiwać. Prezentowane będą dane kontaktowe (lokalizacja, telefon, e-mail itp.). Mapa instytucji może zawierać również informacje i kontakty o instytucjach Unii Europejskiej wspierających internacjonalizację, z których mogą korzystać polscy przedsiębiorcy.

Portal może promować usługi i informacje zagranicznych biur handlowych PAIH. Powinien prezentować zakres świadczonych usług, ułatwić kontakt z ZBH oraz PAIH – w zależności od potrzeb. Zakres informacji i konkretne miejsca, gdzie przedsiębiorcy będzie wskazywany kontakt z danym ZBH lub PAIH jest do uzgodnienia z PAIH w ramach wykonania koncepcji.

Mapa instytucji wsparcia internacjonalizacji może być przygotowana w formie intuicyjnej interaktywnej grafiki pokazujące logikę systemu publicznego wsparcia ekspansji zagranicznej.

4. Profilowanie treści

Przedsiębiorca może mieć możliwość określenia swojego profilu (doświadczenie w eksporcie, branża, lokalizacja, wielkość firmy, interesujące go rynki i zagadnienia itp.) oraz pozostawienia adresu email na potrzeby dystrybucji newsletterów, alertów i innych informacji drogą elektroniczną.

Na Portalu nie powinny być gromadzone dane osobowe ani dane identyfikacyjne firm (w rozumieniu nr PESEL, imion i nazwisk, nazw firm, adresów, nr REGON, NIP, KRS itp.) – chyba, że badania

oczekiwań przedsiębiorców wskażą na taką konieczność ze względu na oczekiwaną przez przedsiębiorców funkcjonalność.

Portal może mieć możliwość bieżącego profilowania treści do potrzeb danego przedsiębiorcy (na podstawie zadeklarowanego profilu oraz faktycznie wyszukiwanych przez przedsiębiorcę informacji). Główne zidentyfikowane potrzeby i punkty bólu eksporterów oraz wskazówki postępowania powinny być prezentowane na Portalu i być bardzo łatwo dostępne (kontakty do odpowiednich instytucji, sugerowane działania itp.).

Portal może prezentować informacje specyficzne dla branż wg zadeklarowanego profilu przez przedsiębiorcę: analizy potencjału eksportowego, sugerowane kierunki eksportu, analizy rynków, najważniejsze wydarzenia, kontakty itd. Celem jest ułatwienie przedsiębiorcy z danej branży i o określonej wielkości i doświadczeniu w eksporcie, podjęcia decyzji o zainteresowaniu się najlepszymi sugerowanymi dla niego rynkami (jako efekt mechanizmów analitycznych przygotowanych w ramach projektu z Polskim Instytutem Ekonomicznym).

Równolegle funkcja profilowania treści (o ile jej będzie zastosowana) stwarza wymóg sparametryzowania każdej informacji na Portalu w zgodności z parametrami profilu użytkowników. Czyli każda treść również powinna posiadać określenie, jakiej branży, jakiego rynku, jakiej wielkości firm (itp.) ma być wyświetlana. Firmy, które nie określą profilu, albo określą go w niepełny sposób (np. nie zawężą zainteresowania krajami), widzą wszystkie treści (lub w tym przykładzie dla wszystkich krajów).

5. Kontakt z przedsiębiorcami

Portal może zawierać funkcje wspomagające wymianę informacji pomiędzy przedsiębiorcami a administracją oraz wspierające przedsiębiorców w pokonaniu problemów w eksporcie. Portal może zawierać sekcję komunikacji z przedsiębiorcami składającą się z na przykład z dwóch kluczowych funkcjonalności: „Potrzebuję pomocy” oraz „Zgłaszam pomysł”.

W ramach sekcji „Potrzebuję pomocy” przedsiębiorca będzie mógł zadać dowolne pytanie, a operator serwisu (lub system) dokona przekierowania zapytania do odpowiedniej jednostki / instytucji. Powinien być opracowany workflow kierujący zapytaniem i monitorujący czas odpowiedzi. Wykonawca zaproponuje proces obsługi zapytań wraz z systemem standardów jakości obsługi.

W ramach części „Zgłaszam pomysł” przedsiębiorca będzie mógł zgłosić dowolny pomysł na usprawnienie systemu wsparcia ekspansji międzynarodowej (poprawienie procedur, komunikacja, funkcjonowanie instytucji itp.). Odpowiedzi i status rozpatrywania tych propozycji będzie publikowany na stronach Portalu. Obie sekcje mogą być widoczne na pierwszej stronie Portalu.

Funkcjonalność i zawartość obu funkcji powinna być przedmiotem badań przedsiębiorców.

6. Odsłona Portalu dla kontrahentów zagranicznych

Portal będzie pełnił zadania promocji marki polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych. Niezbędne jest stworzenie odsłony Portalu przeznaczonej dla firm poszukujących polskich kontrahentów lub

planujących współpracę / import z Polski. Dostęp do niej będzie bezpośredni albo poprzez przełączenie wersji językowej na www.trade.gov.pl albo poprzez anglojęzyczną stronę biznes.gov.pl.

Wykonawca zaproponuje i przeprowadzi badania potrzeb potencjalnych użytkowników obcojęzycznej odsłony Portalu, a następnie na podstawie wyników zaproponuje koncepcję merytorycznej jego zawartości.

W ramach tej odsłony Portalu przedsiębiorca lub organizacja zainteresowana współpracą z polskimi przedsiębiorstwami może np. uzyskać informacje o organizacjach branżowych, o PAIH, wydarzeniach branżowych, targach, adresach portali internetowych itp. Będzie mógł uzyskać kontakt z osobami, które będą mu w stanie pomóc w dotarciu do polskiego eksportera / producenta / dostawcy. Głównym zadaniem tej odsłony Portalu jest ułatwienie potencjalnemu kontrahentowi zagranicznemu uzyskania kontaktu do osób / firm / instytucji, które zidentyfikują jego potrzeby i zaproponują odpowiednie narzędzia nawiązania współpracy z konkretnymi polskimi firmami.

Ponadto na Portalu mogą być prezentowane treści promujące poszczególne branże (podręczniki, filmy, artykuły i inne narzędzia) oraz zachęcające firmy zagraniczne do importu z Polski. W szczególności promowane będą branże strategiczne oraz nowoczesne technologie – zgodnie ze Strategią Odpowiedzialnego Rozwoju. Prezentowany może być kalendarz imprez branżowych i innych wydarzeń, gdzie zagraniczni kontrahenci mogą nawiązać relacje z polskimi firmami. (imprezy w kraju i za granicą – aktualne fora, misje itp.).

Portal powinien być w języku angielskim (minimum), a także może być w innych (np. niemiecki, rosyjski, chiński) – w zależności od zidentyfikowanych potrzeb użytkowników. Przetłumaczona powinna być cała treść odsłony obcojęzycznej (w tym np. wizytówki firm czy instytucji). Wykonawca wskaże mechanizm zapewniający stałą aktualizację wszystkich wersji językowych obcojęzycznej odsłony Portalu.