

**Ogłoszenie o zmianie ogłoszenia**  
**Realizacja działań promocyjnych na rzecz Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN**

**SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY**

- 1.1.) **Nazwa zamawiającego:** Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN
- 1.3.) **Krajowy Numer Identyfikacyjny:** REGON 140313762
- 1.4.) **Adres zamawiającego:**
- 1.4.1.) **Ulica:** Anielewicza 6
- 1.4.2.) **Miejscowość:** Warszawa
- 1.4.3.) **Kod pocztowy:** 00-157
- 1.4.4.) **Województwo:** mazowieckie
- 1.4.5.) **Kraj:** Polska
- 1.4.6.) **Lokalizacja NUTS 3:** PL911 - Miasto Warszawa
- 1.4.9.) **Adres poczty elektronicznej:** przetargi@polin.pl
- 1.4.10.) **Adres strony internetowej zamawiającego:** <https://polin.pl/pl>
- 1.5.) **Rodzaj zamawiającego:** Zamawiający publiczny - jednostka sektora finansów publicznych - państwowe i samorządowe instytucje kultury
- 1.6.) **Przedmiot działalności zamawiającego:** Rekreacja, kultura i religia

**SEKCJA II – INFORMACJE PODSTAWOWE**

- 2.1.) **Numer ogłoszenia:** 2022/BZP 00144761/01
- 2.2.) **Data ogłoszenia:** 2022-05-04 14:39

**SEKCJA III ZMIANA OGŁOSZENIA**

- 3.1.) **Nazwa zmienianego ogłoszenia:**  
Ogłoszenie o zamówieniu,
- 3.2.) **Numer zmienianego ogłoszenia w BZP:** 2022/BZP 00136152/02
- 3.3.) **Identyfikator ostatniej wersji zmienianego ogłoszenia:** 02
- 3.4.) **Identyfikator sekcji zmienianego ogłoszenia:**  
SEKCJA IV – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA
- 3.4.1.) **Opis zmiany, w tym tekst, który należy dodać lub zmienić:**
- 4.3.8. Sposób oceny ofert

Przed zmianą:

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie się kierował następującymi kryteriami oceny ofert:

Cena (C) – waga kryterium 40 %

Marża (M) – waga kryterium 20%

Doświadczenie Zespołu (D) – waga kryterium 40%

1. Zasady oceny ofert w kryterium „Cena”:

Podstawą przyznania punktów w kryterium „Cena” będzie cena całkowita brutto za 12 miesięcy świadczenia usług doradztwa strategicznego oraz prowadzenia kampanii promocyjnych w środowiskach Google i Facebook podana przez Wykonawcę w treści oferty. Maksymalna liczba punktów, jakie może uzyskać oferta w tym kryterium to 40 punktów.

2. Zasady oceniania ofert w kryterium: „Marża”:

Podstawą przyznania punktów w kryterium „Marża” jest podana przez Wykonawcę w treści oferty wysokość marży z tytułu zakupu reklam w środowisku Facebook i Google oraz artykułów sponsorowanych na portalach związanych z kulturą, historią i edukacją (uwaga: wykonawca podaje jedną wysokość marży dla obydwu usług) przy czym minimalna wysokość marży to 1%. W celu dokonania oceny ofert w tym kryterium Zamawiający wymaga, aby Wykonawca podał w ofercie wysokość Marży w ujęciu procentowym oraz w kwocie obliczonej jako iloczyn maksymalnego budżetu przewidzianego na zakup reklam w środowisku Facebook i Google przez Zamawiającego, tj. 369 000 PLN brutto, oraz Marży podanej procentowo. Powstała w ten sposób kwota maksymalna Marży posłuży do porównania ofert w tym kryterium. Do rozliczenia posłuży natomiast podany przez Wykonawcę % Marży.

Maksymalna liczba punktów, jakie może uzyskać oferta w tym kryterium to 20 punktów.

3. Zasady oceniania ofert w kryterium: „Doświadczenie Zespołu:

Punkty w tym kryterium zostaną przyznane w oparciu o doświadczenie Zespołu dedykowanego przez Wykonawcę do realizacji zamówienia;

Punkty w tym kryterium będą przyznawane w oparciu o trzy podkryteria, tj. doświadczenie Zespołu Wykonawcy w prowadzeniu kampanii promocyjnych w środowisku Facebook i Google D1, doświadczenie Zespołu Wykonawcy w realizacji kampanii internetowych na terenie USA lub Izraela D2 oraz doświadczenie Zespołu Wykonawcy w realizacji kampanii z zakresu kultury D3.

Podstawą przyznania punktów w kryterium „Doświadczenie Zespołu” jest:

- a) w podkryterium D1 - podana przez Wykonawcę w treści oferty liczba przeprowadzonych przez Zespół Wykonawcy kampanii promocyjnych w środowisku Facebook i Google,
- b) w podkryterium D2 - podana przez Wykonawcę w treści oferty informacja o przeprowadzeniu przez Zespół Wykonawcy co najmniej jednej kampanii internetowej na terenie USA lub Izraela
- c) w podkryterium D3 – podana przez Wykonawcę w treści oferty informacja o przeprowadzeniu przez Zespół Wykonawcy co najmniej jednej kampanii z zakresu kultury,

Punkty w kryterium „Doświadczenie Zespołu” zostaną przyznane zgodnie z poniższymi zasadami:

w podkryterium D1:

- a) wskazanie do 3 kampanii promocyjnych - 0 punktów
- b) wskazanie 4 – 7 kampanii promocyjnych - 10 punktów
- c) wskazanie 8 – 10 kampanii promocyjnych - 20 punktów
- d) wskazanie 11 i więcej kampanii promocyjnych - 30 punktów

Punkty wskazane w lit. a) - d) powyżej nie sumują się. Maksymalna liczba punktów jaką oferta może uzyskać w tym podkryterium to 30 punktów.

W podkryterium D2:

- a) Zespół Wykonawcy nie przeprowadził kampanii internetowej na terenie USA lub Izraela - 0 punktów
  - b) Zespół Wykonawcy przeprowadził co najmniej jedną kampanię internetową na terenie USA lub Izraela - 5 punktów
- Maksymalna liczba punktów jaką oferta może uzyskać w tym podkryterium to 5 punktów.

W podkryterium D3:

- a) Zespół Wykonawcy nie przeprowadził kampanii z zakresu kultury - 0 punktów
- b) Zespół Wykonawcy przeprowadził co najmniej jedną kampanię z zakresu kultury - 5 punktów

Maksymalna liczba punktów jaką oferta może uzyskać w tym pod kryterium to 5 punktów.

Liczba punktów w kryterium „Doświadczenie Zespołu” zostanie obliczona jako suma punktów uzyskana przez ofertę w podkryteriach D1, D2 oraz D3,

Maksymalna liczba punktów, jakie może uzyskać oferta w tym kryterium wynosi łącznie 40 punktów.

Po zmianie:

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie się kierował następującymi kryteriami oceny ofert:

Cena (C) – waga kryterium 40 %

Marża (M) – waga kryterium 20%

Doświadczenie Zespołu (D) – waga kryterium 40%

1. Zasady oceny ofert w kryterium „Cena”:

Podstawą przyznania punktów w kryterium „Cena” będzie cena całkowita brutto za 12 miesięcy świadczenia usług doradztwa strategicznego oraz prowadzenia kampanii promocyjnych w środowiskach Google i Facebook podana przez Wykonawcę w treści oferty. Maksymalna liczba punktów w tym kryterium to 40.

2. Zasady oceniania ofert w kryterium: „Marża”:

Podstawą przyznania punktów w kryterium „Marża” jest podana przez Wykonawcę w treści oferty wysokość marży z tytułu zakupu reklam w środowisku Facebook i Google oraz artykułów sponsorowanych na portalach związanych z kulturą, historią i edukacją (uwaga: wykonawca podaje jedną wysokość marży dla obydwu usług) przy czym minimalna wysokość marży to 1%. W celu dokonania oceny ofert w tym kryterium Zamawiający wymaga, aby Wykonawca podał w ofercie wysokość Marży w ujęciu procentowym oraz w kwocie obliczonej jako iloczyn maksymalnego budżetu przewidzianego na zakup reklam w środowisku Facebook i Google oraz artykułów sponsorowanych na portalach związanych z kulturą, historią i edukacją przez Zamawiającego, tj. 369 000 PLN brutto, oraz Marży podanej procentowo. Powstała w ten sposób kwota maksymalna Marży posłuży do porównania ofert w tym kryterium. Do rozliczenia posłuży natomiast podany przez Wykonawcę % Marży. Maksymalna liczba punktów w tym kryterium to 20.

3. Zasady oceniania ofert w kryterium: „Doświadczenie Zespołu:

Punkty w tym kryterium zostaną przyznane w oparciu o doświadczenie Zespołu dedykowanego przez Wykonawcę do realizacji zamówienia;

Punkty w tym kryterium będą przyznawane w oparciu o trzy podkryteria, tj. doświadczenie Zespołu Wykonawcy w prowadzeniu kampanii promocyjnych w środowisku Facebook i Google D1, doświadczenie Zespołu Wykonawcy w realizacji kampanii internetowych na terenie USA lub Izraela D2 oraz doświadczenie Zespołu Wykonawcy w realizacji kampanii z zakresu kultury D3.

Podstawą przyznania punktów w kryterium „Doświadczenie Zespołu” jest:

- a) w podkryterium D1 - podana przez Wykonawcę w treści oferty liczba przeprowadzonych przez Zespół Wykonawcy kampanii promocyjnych w środowisku Facebook i Google,
- b) w podkryterium D2 - podana przez Wykonawcę w treści oferty informacja o przeprowadzeniu przez Zespół Wykonawcy co najmniej jednej kampanii internetowej na terenie USA lub Izraela

c) w podkryterium D3 – podana przez Wykonawcę w treści oferty informacja o przeprowadzeniu przez Zespół Wykonawcy co najmniej jednej kampanii z zakresu kultury,

Punkty w kryterium „Doświadczenie Zespołu” zostaną przyznane zgodnie z poniższymi zasadami:  
w podkryterium D1:

- a) wskazanie do 3 kampanii promocyjnych - 0 punktów
- b) wskazanie 4 – 7 kampanii promocyjnych - 10 punktów
- c) wskazanie 8 – 10 kampanii promocyjnych - 20 punktów
- d) wskazanie 11 i więcej kampanii promocyjnych - 30 punktów

Punkty wskazane w lit. a) - d) powyżej nie sumują się. Maksymalna liczba punktów jaką oferta może uzyskać w tym podkryterium to 30.

W podkryterium D2:

- a) Zespół Wykonawcy nie przeprowadził kampanii internetowej na terenie USA lub Izraela - 0 punktów
  - b) Zespół Wykonawcy przeprowadził co najmniej jedną kampanię internetową na terenie USA lub Izraela - 5 punktów
- Maksymalna liczba punktów jaką oferta może uzyskać w tym podkryterium to 5.

W podkryterium D3:

- a) Zespół Wykonawcy nie przeprowadził kampanii z zakresu kultury - 0 punktów
- b) Zespół Wykonawcy przeprowadził co najmniej jedną kampanię z zakresu kultury - 5 punktów

Maksymalna liczba punktów jaką oferta może uzyskać w tym pod kryterium to 5.

Liczba punktów w kryterium „Doświadczenie Zespołu” zostanie obliczona jako suma punktów uzyskana przez ofertę w podkryteriach D1, D2 oraz D3,

Maksymalna liczba punktów, jakie może uzyskać oferta to 40.