

Tehniskā piedāvājuma vērtēšanas metodoloģija

Kritērijs	Maks. punktu skaits	Apakškritērijs	Punktu gradācija	Vērtējuma atšifrējums
1. Cena K1	20 punkti		Formula	Šajā kritērijā pretendenta piedāvājumam ar viszemāko cenu tiks piešķirts maksimālais punktu skaits (20), bet pārējiem piedāvājumiem punkti tiks aprēķināti proporcionāli attiecībā pret piedāvājumu ar viszemāko cenu saskaņā ar šādu algoritmu: $K1 = (A/B) \times P$, kur A = Zemākā piedāvātā cena; B = Konkrētā piedāvājuma cena; P = Kritērija maksimālais punktu skaits (20), K1= iegūto punktu skaits, noapaļots līdz diviem cipariem aiz komata.
2. Kampaņas koncepcija K2 (Galvenā ideja, kampaņas sauklis un vēstījumi, vizuālā identitāte)	30 punkti	2.1. Galvenā ideja, kampaņas sauklis	0 – 8 punkti	▪ 8 punkti: Piedāvātā koncepcija un kampaņas sauklis atbilst izvirzītajiem kampaņas mērķiem, šā brīža problemātikai un precīzi uzrunās definēto mērķauditoriju. Piedāvātās kampaņas kopējais risinājums ir netradicionāls, radošs un inovatīvs. Kampaņas elementi ir vienojoši, cits citu papildinoši, vienlaikus katrs no tiem uz definēto mērķauditoriju darbojas atsevišķi. ▪ 6 punkti: Piedāvātā koncepcija un kampaņas sauklis kopumā atbilst izvirzītajiem kampaņas mērķiem, šā brīža problemātikai un uzrunās definēto mērķauditoriju. Piedāvātās kampaņas kopējais risinājums ir tradicionāls, pietrūkst radošums, inovācijas. Kampaņas elementi ir vienojoši, cits citu papildinoši, tomēr, neredzot kādu no kampaņas elementiem, kopējā koncepcija nav precīzi nolasāma. ▪ 4 punkti: Piedāvātā koncepcija un kampaņas sauklis daļēji atbilst izvirzītajiem kampaņas mērķiem, šā brīža problemātikai un daļēji uzrunās definēto mērķauditoriju. Piedāvātās kampaņas kopējais risinājums ir tradicionāls, neinteresants, pietrūkst radošuma, inovācijas. Kampaņas elementi darbojas

				atrauti viens no otra, nav pilnībā izstrādāts vienojošais vadmotīvs. 0 punkts: Piedāvātā kampaņas koncepcija un kampaņas sauklis maz atbilst vai neatbilst izvirzītajiem kampaņas mērķiem, šā brīža problemātikai un neuzrunās definēto mērķauditoriju. Piedāvātais kopējais kampaņas risinājums ir neinteresants, garlaicīgs, pilnībā iztrūkst radošuma un inovācijas.
		2.2. Vēstījums/-i	0 – 8 punkti	8 vēstījums/-i atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā – tas ir veidots, ņemot vērā kampaņas saukli un vērsts uz kampaņas mērķiem, tēmu un mērķauditoriju; vēstījums/-i ir precīzi un skaidri definēti; izstrādē ņemta vērā projekta problemātika/tēma. 6 punkti: pretendenta piedāvājums kopumā atbilst 8 punktu vērtēšanas atšifrējumam, bet kāds no vērtēšanas atšifrējumā norādītajiem vērtēšanas elementiem neīstenojas tādā pakāpē, kā noteikts 8 punktu vērtēšanas atšifrējumā; 4 punkti: vēstījums/-i daļēji atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā – tie daļēji vērsti uz kampaņas mērķiem, tēmu un mērķauditoriju; tas nav pietiekami precīzi un skaidri definēti; vēstījuma/-u izstrādē projekta problemātika/tēma un izaicinājumi ņemti vērā daļēji; 0 punkts: vēstījums/-i neatbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā – tas nav saistīts ar kampaņas mērķiem un tēmu; ir risks, ka kampaņas mērķi un mērķauditorija netiks sasniegti; vēstījums/-i nav precīzi un skaidri definēti; vēstījumu izstrādē nav ņemta vērā projekta problemātika/tēma un izaicinājumi;
		2.3. Vizuālā identitāte	0 – 8 punkti	8 punkti: vizuālais noformējums atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā - tas ir mērķiem un mērķauditorijai atbilstīgs; piedāvātie vizuālie risinājumi ir inovatīvi un radoši; vizuālais noformējums ir saprotami aprakstīts vai ilustrēts. 6 punkti: pretendenta piedāvājums kopumā atbilst 8 punktu vērtēšanas atšifrējumam, bet kāds no vērtēšanas atšifrējumā norādītajiem vērtēšanas elementiem neīstenojas tādā pakāpē, kā noteikts 8 punktu vērtēšanas atšifrējumā; 4 punkti: vizuālais noformējums daļēji atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā - visticamāk, mērķi tiks daļēji sasniegti, un to

				atbilstība mērķauditorijai ir daļēja; piedāvātie vizuālie risinājumi ir neinovatīvi vai tradicionāli; vizuālais noformējums nav pietiekami saprotami aprakstīts vai ilustrēts. 0 punkts: vizuālais noformējums neatbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā - ir risks, ka mērķauditorija netiks uzrunāta un mērķi netiks sasniegti; piedāvātie vizuālie elementi vai risinājumi ir kampaņai un mērķgrupām neatbilstoši; vizuālais noformējums nav saprotami aprakstīts vai ilustrēts.
		2.4. Oriģinalitāte un integritāte	6 punkti	Pretendentam ir iespēja saņemt papildu 6 punktus, ja tas izpilda visus zemāk minētos kritērijus: - Kampaņas koncepcija kopumā ir skaidra, rūpīgi, detalizēti izstrādāta un oriģināla, ietver radošu, inovatīvu vai jaunu risinājumu; - Visi piedāvātie elementi – ideja, vēstījums/-i un vizuālā identitāte – ir savstarpēji saskaņoti, vienojoši un cits citu veiksmīgi un efektīvi papildina; - Kampaņas provizorisks aktivitāšu laika plāns¹ atspoguļo kampaņas koncepciju un taktiku veidojošo elementu savstarpējo sasaisti un rada pārliecību par profesionālu un integrētu komunikācijas kampaņu. Ja visi trīs minētie kritēriji 2.4. punktā netiek izpildīti, Pretendents šajā apakškritērijā punktus nesaņem.
3.Kampaņas taktika K3	30 punkti	3.1. Reklāmas risinājumi	0 – 8 punkti	8 punkti - reklāmas risinājumi pilnībā atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; tie integrējas kopējā kampaņas koncepcijā; piedāvātie reklāmas risinājumi ir detalizēti aprakstīti vai ilustrēti, pamatoti un aktuāli mērķauditorijai; reklāmas risinājumi ir radoši un efektīvi, ar potenciālu mērķauditorijas aizsniegšanā; reklāmas risinājumu izklāsts ļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laiku un ģeogrāfisko mērogu; 6 punkti - Pretendenta piedāvājums kopumā atbilst 8 punktu vērtēšanas atšifrējumam, bet kāds no vērtēšanas atšifrējumā norādītajiem vērtēšanas

¹ Provizorisks aktivitāšu laika plāns Pasūtītāja izpratnē ir plāns kalendāra formātā, kas ietver kampaņas taktikas aktivitātes nosaukumu un kalendāro nedēļu vai provizoriskos datumus, kad tās plānotas. Laika plānā netiks vērtēta konkrētu datumu izvēle, bet aktivitāšu kopējā sasaiste un mijiedarbība kampaņas laikā, tāpēc, uzsākot darbu pie kampaņas, pieļaujamās nobīdes aktivitāšu īstenošanas datumos un Pasūtītājs patur tiesības kopā ar Pretendentu precizēt un aktualizēt laika plānu atbilstoši faktiskajai situācijai, uzsākot kampaņas īstenošanu un kampaņas norises laikā pēc nepieciešamības.

				elementiem neīstenojas tādā pakāpē, kā noteikts 8 punktu vērtēšanas atšifrējumā; ▪ 4 punkti - reklāmas risinājumi daļēji atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; tie nav līdz galam integrēti kopējā kampaņas koncepcijā; piedāvātie reklāmas risinājumi ir neskaidri vai nav pietiekami detalizēti aprakstīti vai ilustrēti, daļēji pamatoti un daļēji aktuāli mērķauditorijai; reklāmas risinājumu izklāsts neļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laika un ģeogrāfisko mērogu; Punkti netiek piešķirti, ja reklāmas risinājumi neatbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; tie neintegrējas kopējā kampaņas koncepcijā; piedāvātie reklāmas risinājumi ir neskaidri aprakstīti vai ilustrēti, ar vāju detalizācijas pakāpi, tie nav pamatoti un aktuāli mērķauditorijai; reklāmas risinājumu izklāsts neļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laika un ģeogrāfisko mērogu.
		3.2. Sociālo mediju aktivitātes un digitālā komunikācija	0 – 8 punkti	▪ 8 punkti - sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitātes pilnībā atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; tās pilnībā integrējas kopējā kampaņas koncepcijā; sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitātes ir radošas, interaktīvas, aktivitāšu un kanālu izvēle ir pilnībā pamatota un jēgpilna; sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitātes ir regulāras un savlaicīgas. ▪ 6 punkti - Pretendenta piedāvājums kopumā atbilst 8 punktu vērtēšanas atšifrējumam, bet kāds no vērtēšanas atšifrējumā norādītajiem vērtēšanas elementiem neīstenojas tādā pakāpē, kā noteikts 8 punktu vērtēšanas atšifrējumā; ▪ 4 punkti - sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitātes daļēji atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; tās daļēji integrējas kopējā kampaņas koncepcijā; tām trūkst jaunrades, interaktivitātes; aktivitāšu un kanālu izvēlei ir pamatojums, bet ne pilnībā izprotama jēga; sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitāšu īstenošanā trūkst regularitātes un savlaicīguma.

				Punkti netiek piešķirti, ja reklāmas risinājumi neatbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; tie neintegrējas kopējā kampaņas koncepcijā; piedāvātie reklāmas risinājumi ir neskaidri aprakstīti vai ilustrēti, ar vāju detalizācijas pakāpi, tie nav pamatoti un aktuāli mērķauditorijai; reklāmas risinājumu izklāsts neļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laika un ģeogrāfisko mērogu.
		3.3. Sabiedriskās attiecības	0 – 8 punkti	▪ 8 punkti - sabiedrisko attiecību aktivitātes pilnībā atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem un tehniskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, ir pilnīgi vērstas uz tām paredzēto mērķauditoriju un kampaņas publicitātes mērķi, kas tiks sasniegts; tās mērķtiecīgi ir integrētas kopējā kampaņas koncepcijā; sabiedrisko attiecību tēmas ir pamatotas un skaidras, aptver projekta problemātiku un aktualitātes, ievērots kampaņas laika mērogs; ▪ 6 punkti - Pretendenta piedāvājums kopumā atbilst 8 punktu vērtēšanas atšifrējumam, bet kāds no vērtēšanas atšifrējumā norādītajiem vērtēšanas elementiem neīstenojas tādā pakāpē, kā noteikts 8 punktu vērtēšanas atšifrējumā; ▪ 4 punkti - sabiedriskās attiecības daļēji atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, ir nepilnīgi vērstas uz tām paredzēto mērķauditoriju un kampaņas publicitātes mērķi, kas varētu tikt daļēji sasniegts; tās nav pilnībā integrētas kopējā kampaņas koncepcijā; sabiedrisko attiecību tēmas nav pilnībā pamatotas vai skaidras, tajās trūkst projekta problemātikas un aktualitātes, daļēji ievērots kampaņas laika mērogs. Punkti netiek piešķirti, ja sabiedriskās attiecības neatbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, tās ir vāji vērstas uz tām paredzēto mērķauditoriju un kampaņas publicitātes mērķi, kas, visticamāk, netiks sasniegts; tās nav integrētas kopējā kampaņas koncepcijā; sabiedrisko attiecību tēmas ir vāji pamatotas un neskaidras – tās neaptver projekta problemātiku un aktualitātes, vāji ievērots kampaņas laika mērogs.
		3.4. Informatīvie	6 punkti	Pretendentam ir iespēja saņemt papildu 6 punktus, ja tas izpilda visus zemāk

		materiāli		minētos kritērijus: ▪ Priekšlikumi informatīvo un reprezentācijas materiāli sagatavošanai atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem darba uzdevumā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; ▪ tie skaidri attēlo kampaņas koncepciju un mērķi; ▪ piedāvātie materiāli ir skaidri, saprotami un detalizēti aprakstīti vai ilustrēti, pamatoti un aktuāli mērķauditorijai.
4. Klātienas prezentācija * K4	10 punkti		Argumentācija (1 – 10 punkti)	Pretendents saņem 1 – 10 punktus: ▪ 10 punkti: Pretendents spēj pārliecinoši prezentēt kampaņas koncepciju un taktiku, spēj profesionāli pārliecinoši pamatot un argumentēti izklāstīt informatīvās kampaņas koncepcijā un taktikā norādītas aktivitātes un instrumentus; ▪ 5 punkti: pretendents nespēj pilnībā pārliecinoši prezentēt kampaņas koncepciju un taktiku, nespēj profesionāli pārliecinoši pamatot un spēj daļēji argumentēti izklāstīt informatīvajā kampaņas koncepcijā un taktikā norādītas aktivitātes un instrumentus; ▪ 1 punkts: Pretendents nespēj pārliecinoši prezentēt kampaņas koncepciju un taktiku, un viņa argumentācija, izklāstot informatīvajā kampaņas koncepcijā un taktikā norādītas aktivitātes un instrumentus, ir vāja un profesionāli nepamatota. ▪ Ja klātienas prezentācija netiek īstenota, Pretendenta piedāvājums tālāk netiks vērtēts. <u>Klātienas prezentācijas norise:</u> ▪ Klātienas prezentācija notiek slēgtā komisijas sēdē. ▪ Pretendentam var tikt uzdoti arī individuāli precizējoši jautājumi par Pretendenta tehnisko piedāvājumu, taču šīs sniegtās atbildes netiks vērtētas un nemainīs Pretendenta vērtējumu par tehnisko piedāvājumu. ▪ Iepirkuma komisija sazināsies ar Pretendenta piedāvājumā norādīto kontaktpersonu un vienosies par klātienas prezentācijas dienu, laiku un pieejamo tehnisko nodrošinājumu.

				▪ <i>Prezentācijā noteikti jāpiedalās Pretendenta piedāvātajam projektu vadītājam.</i> ▪ <i>Prezentācijas formāts ir Pretendenta izvēle.</i>
KOPĀ	90 punkti			