3.pielikums

Iepirkuma procedūras „ Integrētas informatīvās kampaņas (turpmāk – kampaņa) par atkritumu dalītās savākšanas sistēmas sniegtajām iespējām Latvijas iedzīvotājiem īstenošana” nolikumam

**Tehniskais 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) x 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) | **40 punkti** | 2.1. Galvenā ideja, kampaņas sauklis | 10– 20 punkti | * 20 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. * 10 punkti: Piedāvātā koncepcija un kampaņas sauklis ir vispārīgi, vērsti uz visu sabiedrību, nevis tieši uz definēto mērķauditoriju. Piedāvātās kampaņas kopējais risinājums ir tradicionāls, neinteresants, pietrūkst radošuma, inovācijas. Kampaņas elementi darbojas atrauti viens no otra, nav pilnībā izstrādāts vienojošais vadmotīvs. |
| 2.2. Vēstījums/-i | 5 – 10 punkti | * 10 punkti: vēstījums/-i atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā – tas/tie ir veidots/-i, ņemot vērā kampaņas saukli un vērsts/-i uz kampaņas mērķiem, tēmu un mērķauditoriju; vēstījums/-i ir detalizēts/-i, precīzi un skaidri definēts/i; izstrādē ņemta vērā projekta problemātika/tēma. * 5 punkti: vēstījums/-i nav precīzi un skaidri definēts/-i; tas/tie ir vispārīgi, vērsti uz visu sabiedrību, nevis ņemot vērā definēto mērķauditoriju. |
| 2.3. Vizuālā identitāte | 5 – 10 punkti | * 10 punkti: vizuālais noformējums atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā- tas ir mērķiem un mērķauditorijai atbilstīgs; piedāvātie vizuālie risinājumi ir inovatīvi un radoši; vizuālais noformējums ir saprotami un detalizēti aprakstīts vai ilustrēts; sniegts detalizēts pamatojums piedāvātajai vizuālajai identitātei. * 5 punkti: vizuālais noformējums atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā- tas ir mērķiem un mērķauditorijai atbilstīgs; piedāvātie vizuālie risinājumi nav inovatīvi vai ir tradicionāli; vizuālais noformējums nav pietiekami saprotami aprakstīts vai ilustrēts; sniegts vispārīgs pamatojums piedāvātajai vizuālajai identitātei. |
| **3.Kampaņas taktika**  **K3** | **35 punkti** | 3.1. Reklāmas risinājumi | 5 – 10 punkti | * 10 punkti - reklāmas risinājumi atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā, 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 sasniegšanā; reklāmas risinājumu izklāsts ir detalizēts un ļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laika un ģeogrāfisko mērogu; * 5 punkti - reklāmas risinājumi atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; tie nav līdz galam integrēti kopējā kampaņas koncepcijā; piedāvātie reklāmas risinājumi ir neskaidri, reklāmas risinājumu izklāsts neļauj gūt pilnīgu priekšstatu par to īstenošanas biežumu, intensitāti, laika un ģeogrāfisko mērogu; |
| 3.2. Sociālo mediju aktivitātes un digitālā komunikācija | 5 – 10 punkti | * 10 punkti - sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitātes pilnībā atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā, 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. * 5 punkti - sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitātes atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; nav sniegta informācija par to kā tās integrējas kopējā kampaņas koncepcijā; tām trūkst jaunrades, interaktivitātes; aktivitāšu un kanālu izvēlei ir pamatojums, bet tas ir vispārīgs; sociālo mediju un digitālās komunikācijas aktivitāšu īstenošanā trūkst regularitātes un savlaicīguma. |
| 3.3. Sabiedriskās attiecības | 5 – 10 punkti | * 10 punkti - sabiedrisko attiecību aktivitātes atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem un tehniskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā, 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; * 5 punkti - sabiedrisko attiecību aktivitātes atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā, tomēr ir nepilnīgi vērstas uz tām paredzēto mērķauditoriju un kampaņas publicitātes mērķi; tās nav integrētas kopējā kampaņas koncepcijā; sabiedrisko attiecību tēmas nav pamatotas vai skaidras, tajās trūkst projekta problemātikas un aktualitātes, nav ievērots kampaņas laika mērogs. |
| 3.4. Informatīvie materiāli | 1. punkti | Pretendentam ir iespēja saņemt 5 punktus, ja tas izpilda visus zemāk minētos kritērijus:   * Priekšlikumi informatīvo un reprezentācijas materiāli sagatavošanai atbilst Pasūtītāja stratēģiskajiem nosacījumiem Tehniskajā specifikācijā, kampaņas mērķiem un mērķauditorijai; * piedāvātie materiāli ir skaidri, saprotami un detalizēti aprakstīti vai ilustrēti, pamatoti un aktuāli mērķauditorijai. |
| **4.**  **Klātienes 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.   *Klātienes prezentācijas norise:*   * *Klātienes 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 klātienes prezentācijas dienu, laiku un pieejamo tehnisko nodrošinājumu.* * *Prezentācijā noteikti jāpiedalās Pretendenta piedāvātajam projektu vadītājam.* * *Prezentācijas formāts ir Pretendenta izvēle.* |
| **KOPĀ** | **105 punkti** |  |  |  |