

## ZAPROSZENIE DO SKŁADANIA OFERT

Działając na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2015 poz. 2164 ) **Gmina Rudna, 59-305 Rudna, Plac Zwycięstwa 15** zaprasza do składania ofert o udzielenie zamówienia publicznego pn. „**Sporządzenie Strategii Promocji Gminy Rudna na lata 2016-2020.**”

1. Zamawiającym w postępowaniu jest Gmina Rudna, 59-305 Rudna , Plac Zwycięstwa 15.
2. Zamówienie zostanie udzielone poza ustawą - wartość zamówienia maksymalnie 50.000,00 zł brutto.
3. Przedmiotem zamówienia jest sporządzenie **Strategii Promocji Gminy Rudna na lata 2016-2020.**
4. Wykonawca zobowiązany jest do sporządzenia i przedłożenia wraz z ofertą planu pracy określającego :
  - a) badania społeczne jakie ma zamiar oferent przeprowadzić w zakresie oceny jakości życia mieszkańców,
  - b) cele badawcze - ocena:
    - ogólnego rozwoju gminy
    - warunków zamieszkania w gminie
    - ocena planowania przestrzennego, infrastruktury technicznej
    - edukacji publicznej
    - bezpieczeństwa
    - funkcjonowania służby zdrowia
    - działań z zakresu kultury, sportu i rekreacji
    - finansów gminy, planowania i inwestycji
    - funkcjonowania Urzędu Gminy
    - funkcjonowania organów gminy (organu uchwałodawczego i wykonawczego)
    - panujących zwyczajów
    - usług świadczonych na rzecz mieszkańców
    - inne (niezbędne wg oferenta )
  - c) metodykę badań:
    - proponowaną przez oferenta
  - d) próby badawcze i dobór próby:
    - badania ilościowe: metoda doboru kwotowego/proporcjonalnego - próba badawcza ma prezentować takie same cechy jak cała populacja; wyodrębnienie miniatury całej populacji mieszkańców Gminy Rudna z podziałem na poszczególne miejscowości znajdujące się na terenie gminy - dane uzyskane z próby badawczej dobranej tą metodą mają zapewnić reprezentatywność wyników dla całej populacji; liczebność próby nie mniejsza niż 926 osób; próba badawcza wyliczona na podstawie BDL prowadzonym przez Główny Urząd Statystyczny; błąd maksymalny < 3% .
    - badania jakościowe: próba badawcza: co najmniej 20 ; indywidualne wywiady pogłębione przeprowadzone z wytypowanymi min. 20 osobami – mieszkańcami Gminy Rudna (liderzy lokalnej opinii)
    - inne niezbędne wg oferenta
  - e) analiza wyników , omówienie badań i ich prezentacja

- f) harmonogram prac uwzględniający min.:
- przygotowanie badań obejmujące: wyodrębnienie próby badawczej i grupy lokalnych liderów, warsztaty z przedstawicielami Gminy Rudna służące doprecyzowaniu założonych celów badania oraz ostateczne zaakceptowanie narzędzi badawczych
  - opracowanie komunikatów informacyjnych o prowadzonych badaniach (cele, terminy, oznakowanie ankietów) dla gminnych środków masowego przekazu: komunikat na stronę [www.rudna.pl](http://www.rudna.pl), informacja na profil Gminy Rudna na Facebook, artykuł informacyjny do pisma Nowiny Gminne, prezentacja informacyjna na gminny ekran informacyjny znajdujący się w Urzędzie Gminy Rudna, opracowanie listu uwierzytelniającego dla ankietów
  - przeprowadzenie badań wg wybranych metod
  - przygotowanie raportu końcowego w formie prezentacji multimedialnej oraz dokumentu (format word oraz pdf). Raport przedstawiony władzom Gminy Rudna wraz z rekomendacjami działań. Przekazanie raportu w formie elektronicznej (USB) oraz papierowej w 5 egzemplarzach.
5. W oparciu o przeprowadzone badania oceny jakości życia mieszkańców w **Strategii Promocji Gminy Rudna na lata 2016-2020 należy określić :**
- a) analizę wizerunku Gminy Rudna :
    - analiza czynników wpływających na wizerunek - produkty i subprodukty Gminy Rudna – analiza SWOT oraz ich pozycjonowanie SILNE STRONY - główne siły sprzyjające rozwojowi produktów/subproduktów Gminy Rudna; SŁABE STRONY - główne słabości utrudniające rozwój produktów/ subproduktów Gminy Rudna ; SZANSE - główne szanse sprzyjające rozwojowi produktów/subproduktów Gminy Rudna ; ZAGROŻENIA – główne zagrożenia utrudniające rozwój produktów/subproduktów Gminy Rudna
  - b) wnioski z badań wizerunku Gminy Rudna oraz badania satysfakcji mieszkańców Gminy Rudna – szczegółowe opracowanie ,
  - c) przegląd dotychczasowych działań promocyjnych Gminy Rudna
    - działania promocyjne
    - podmioty zaangażowane w działania promocyjne
  - d) założenia strategiczne dla Gminy Rudna: co wyróżnia markę Gmina Rudna, co stanowi jej silną stronę, jakie walory należy promować, jak należy pozycjonować markę Gmina Rudna w oparciu o potrzeby mieszkańców zdefiniowane w badaniu jakości życia oraz oceny wizerunku marki Gmina Rudna
  - e) szczegółowe cele promocji marki Gminy Rudna: wizerunkowe ,sprzedażowe, społeczne
  - g) zdefiniowanie adresatów promocji oraz insighty konsumenckie z podziałem na adresatów promocji, podziałem czasowym proponowanych działań oraz zdefiniowaniem szczegółowych potrzeb i oczekiwań adresatów – wg grup docelowych. Na tym etapie należy szczegółowo opracować insighty, jakie uzyskano podczas badań poprzedzających opracowanie strategii.
  - h) strukturę marki Gminy: opracowanie drzewa marki Gmina Rudna ; drzewo marki powinno określić tzw. benefity czyli korzyści funkcjonalne odbiorcy marki połączone z korzyściami emocjonalnymi , RTB ( reason to believe) – uzasadnienia korzyści płynących dla mieszkańców po wdrożeniu strategii promocji i uwiarygodnienie tej strategii ; wartości marki Gmina Rudna, wyróżniki marki Gmina Rudna ; opracowanie mapy skojarzeń dla marki Gmina Rudna – wyszczególnienie

wszystkich skojarzeń wpływających na postrzeganie marki Gmina Rudna ; unikalna cecha Gmina Rudna ; big idea – zdefiniowanie głównej koncepcji wokół której będzie budowana marka Gminy Rudna

- i) koncepcję komunikacji marketingowej: kluczowy komunikat – kim jest marka Gmina Rudna ; najważniejsze przekazy marketingowe i PR – przekazy dotyczące sfery promocji, społecznej, wizerunkowej oraz sprzedażowej marki Gmina Rudna – spójne z opracowaną strategią ; System Identyfikacji Wizualnej – opracowanie wstępnych założeń do prac nad SIW(system informacji wizualnej) dla marki Gmina Rudna – w jaki sposób elementy graficzne powinny wspierać założenia Strategii Promocji Gminy Rudna ; instrumenty promocji w podziale na grupy docelowe, które zostaną wyodrębnione podczas opracowywania strategii – ścieżki dotarcia do poszczególnych grup odbiorców, skuteczne narzędzia dotarcia, działania promocyjne i edukacyjne, public relations
  - j) projekty promocyjne : koncepcje dedykowanych projektów promocyjnych realizujących przyjęte cele w Strategii Promocji Gminy Rudna
  - k) harmonogram działań na lata 2016-2020,
  - l) podmioty odpowiedzialne za realizację części składowych strategii.
6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
  7. Umowa zostanie zawarta w terminie 7 dni od daty otrzymania zawiadomienia Wykonawcy o wyborze oferty .
  8. Warunkiem udziału w postępowaniu jest posiadanie wiedzy i co najmniej 5 letniego doświadczenia w obszarze badań społecznych (wyciąg z KRS lub CEIDG) , udokumentowanie przeprowadzenia co najmniej 5 diagnoz społeczno-gospodarczych ,w tym co najmniej 3 badania dotyczące jednostek samorządu terytorialnego ( referencje, protokoły zdawczo odbiorcze).Przedstawienie projektu umowy.
  9. Oświadczenia i dokumenty wymagane od Wykonawcy – jak w pkt 8.
  10. Zamawiający nie dopuszcza porozumiewania się drogą elektroniczną.
  11. **Osobą uprawnioną do porozumiewania się z Zamawiającym jest :  
Pan Andrzej Bobrek – Sekretarz Gminy Rudna – tel. nr ( 76 ) 749-21- 00**
  12. Termin związania ofertą wynosi 30 dni. Bieg terminu rozpoczyna się wraz z upływem terminu do składania ofert.
  13. Sposób przygotowania oferty – oferta winna zawierać w/w dokumenty i opracowania oraz należy podać wielkość wynagrodzenia :  
Oferujemy wykonanie ww. zadania za cenę netto  
..... zł  
podatek VAT: .....zł  
co stanowi kwotę brutto:  
..... zł  
(słownie:.....  
.....)
  14. Wybór najkorzystniejszej oferty nastąpi po rozmowie w drodze negocjacji z zachowaniem konkurencji.
  15. Wykonawcy zostaną powiadomieni o wynikach postępowania o udzielenie zamówienia publicznego poprzez zamieszczenie informacji na stronie BIP UG Rudna.
  16. Termin wykonania zamówienia – **do 30 lipca 2016 roku.**
  17. Oferty należy składać do dnia **30 kwietnia 2016 roku do godz.9.00 na adres zamawiającego Gmina Rudna** Plac Zwycięstwa 15, 59-305 Rudna lub w sekretariacie UG pokój nr 110.
  18. Oferta winna zostać złożona w zaklejonej, nieprzejrzystej kopercie, zaadresowana na adres Zamawiającego i oznaczona: „**Sporządzenie**

**Strategii Promocji Gminy Rudna na lata 2016-2020** i opatrzona nazwą z dokładnym adresem oferenta.

