**W związku z opublikowanym Rozeznaniem rynku MGW.D.271.1.2020.AF "Realizacja i obsługa kampanii internetowej święta Szlaku Zabytków Techniki – INDUSTRIADA 2020 w zakresie Google Ads, artykułów sponsorowanych oraz kampanii typu display" Zamawiający dokonuje modyfikacji opisu przedmiotu Rozeznania rynkowego i udziela wyjaśnień do pojawiających się pytań. Jednocześnie informuje o wydłużeniu terminu składania ofert, który zostanie w związku z powyższym przesunięty na 14.08.2020 do godz. 10.00.**

Pytanie nr 1

„Opis wszystkich zrealizowanych działań - raporty powinny zawierać informacje, co najmniej   
o podstawowych wskaźnikach skuteczności dostępnych z poziomu konta Google Ads np.: nazwa kampanii, budżet dzienny, ilość wyświetleń, liczba kliknięć, wskaźnik CPC za okres raportowany, wskaźnik CTR (click trough rate) za okres raportowany, średnia pozycja, wynik jakości, zaangażowanie na witrynie, najpopularniejsze reklamy dla każdej z grup reklam, najskuteczniejsze słowa kluczowe.”

Należy usunąć średnia pozycja oraz zaangażowanie na witrynie (nie ma takich wskaźników).

**Wskazane wskaźniki dotyczące raportowania wyników prac są wskazane jako przykładowe „(…) wskaźnikach skuteczności dostępnych z poziomu konta Google Ads np. nazwa kampanii, budżet dzienny, ilość wyświetleń (…). Wskaźniki zostaną doprecyzowane w ramach prac nad media planem.**

**W kwestii wskazanych przykładowych wskaźników:**

**Średnia pozycja: średni ranking adresów URL należących do Twojej witryny uzyskany dla zapytania lub zapytań. Jeśli np. adres URL Twojej witryny pojawił się na trzeciej pozycji przy jednym zapytaniu, a na siódmej przy innym, średnia pozycja będzie wynosić 5 ((3+7)/2).  
(źródło:** <https://support.google.com/analytics/answer/1308626?hl=pl>)

Pytanie nr 2

„Wykonawca ostateczną wersję raportu ze wszystkich zrealizowanych działań (zaakceptowaną przez Zamawiającego) przekaże Zamawiającemu w formie wydruku kolorowego (2 kopie) w formacie A4, zawierający ww. zakres oraz w wersji elektronicznej (pliki w formacie .pdf) nie później niż do 22 lipca 2019 r.”

Należy poprawić datę.

**Zamawiający dokonuje zmiany zapisu w Załączniku nr 2 ISTOTNE DLA STRON POSTANOWIENIA, KTÓRE ZOSTANĄ WPROWADZONE DO TREŚCI ZAWIERANEJ UMOWY.**

**Nie później niż do 10 października 2020 r.**

Pytanie nr 3

Na etapie wyceny otrzymaliśmy informację od VOD.pl, że maksymalny potencjał wyświetleń, spełniających kryteria opisane w rozeznaniu (targetowanie, capp, timing) to 10 000 wyświetleń.

Nie uwzględniając portalu VOD.pl w mediplanie wykonawcy nie są w stanie spełnić warunku dot. wspólnego zasięgu 3 serwisów (powyżej 30% internautów). Proszę o zmianę zapisów w taki sposób umożliwiający realizację kampanii.

**W odpowiedzi na Państwa uwagę zmieniamy zapis w Rozeznaniu rynkowym: „Dane na podstawie badania PBI/Gemius, Wirtualnemedia.pl grudzień 2019 r. Wybrane trzy serwisy łącznie muszą pokrywać zasięg większy niż 25% internautów.”**