

**מכרז פומבי דו-שלבי עם שלב מיון מוקדם מס' 8/18**

**לאספקת שירותי פרסום ושיווק לאוניברסיטת אריאל בשומרון**

מס"ד	עמוד	סעיף	נוסח קיים	שאלה	תשובה
1.	3	1.8	"תקופת ההתקשרות"	חשוב לנו להבין מהם תנאי היציאה במידה ונרצה לסיים את ההתקשרות מהצד שלנו.	הפסקת התקשרות מצד המציע מהווה הפרת חוזה על כל המשתמע מכך. הספק יוכל להביא את ההתקשרות עם האוניברסיטה לסיומה בהודעה בכתב ומראש בת 90 יום מראש ובכתב ובתנאי שבמועד יום ההתקשרות חלפו לפחות 3 שנים ממועד תחילת ההתקשרות
2.	4	3.8	קמפיין אונליין	האם כולל בתוכו ניהול עמוד מדיה חברתית?	כעת מתבצע באופן עצמאי, בעתיד ככל שיישקל להעביר למשרד הפרסום ינוהל מו"מ ובכפוף למחירים המקובלים בשוק ראה תשובה לשאלה 4
3.	5	3.9	עמלת 'רכש ישיר'	לא כל כך ברור. האם מדובר על עסקאות שהאוניברסיטה מבצעת באופן ישיר מול גופי המדיה, כאשר המשרד לא יבצע פעילות של תכנון/ רכש/ ניהול המדיה? האם אפשר לקבל הבהרה לגבי אופי פעילות זה?  מה היקף פעילות ביחס לפעילות "מדיה קנויה"?	
4.	5	3.9	עמלת רכש ישיר- עמלה שתשולם על ידי האוניברסיטה למשרד הפרסום בגין התקשרות ישירה של האוניברסיטה לרכישת מוצרי פרסום ו/או מדיה ללא ניהול, קריאטיב וקידום מצד משרד הפרסום.	האם העמלה תשולם גם כאשר הקריאטיב לא נעשה על ידי משרד הפרסום? מה קורה במצב של קניית מדיה ישירה כאשר הקריאטיב כן נעשה על ידי משרד הפרסום. לדוגמה: סרטים בטלוויזיה שמשרד הפרסום עשה קריאטיב אך המכללה קנתה מדיה ישירות? האם משרד הפרסום לא מקבל תמורה בגין העבודה?	מסמכי המכרז לרבות הסכם ההתקשרות ישונו באופן הבא: 1. במקרים חריגים רשאית האוניברסיטה להחליט על רכישת מדיה באופן ישיר מספקי מדיה וללא עבודת קריאטיב מצד משרד הפרסום. במקרים אלו לא תשולם עמלה למשרד. 2. במקרים בהם הקריאטיב נעשה על ידי משרד הפרסום והאוניברסיטה בוחרת לקנות את המדיה באופן ישיר מספקי המדיה, תשולם עמלת רכש ישיר. 3. במקרים בהם המשרד יעשה את הקריאטיב ואת הרכש וניהול המדיה הוא יקבל עמלת מדיה קנויה.

<p>השאלה לא ברורה</p>	<p>נא להבהיר : מדיה זו תירכש במחירי נטו, כלומר תוך החזר עמלה מלא מגוף המדיה לאוניברסיטה, כאשר עמלת משרד הפרסום תחושב מעל מחיר הנטו. לדוגמא – Ynet, וואלה, גלי צה"ל (רדיו)</p>	<p>עמלת 'מדיה קנויה'</p>	<p>3.10</p>	<p>5</p>	<p>.5</p>
<p>אכן תנאי הסף הינו כי במשרד שיבחר יהיו מחלקות אוף ליין וגם און ליין. אין שינוי במסמכי המכרז</p>	<p>חברתנו הינה סוכנות פרסום דיגיטלי מהגדולות בארץ אשר מנהלת לקוחות ענק מקומיים ובינלאומיים, לפי סעיף 4 - תנאי הסף, מצוין כי חלק מהפעילות תהיה Offline תחום בו אנו לא פעילים, האם תוכלו לשקול את מועמדותינו בכל זאת לניהול השיווק? אנו באים עם ניסיון של מעל 12 שנה בתחום השיווק הדיגיטלי ואין לי ספק שנוכל לתרום מניסיוננו הרב בניהול השיווק</p>		<p>סעיף 4 – תנאי סף</p>	<p>5</p>	<p>.6</p>
<p>ראה תנאי סף 4.2.3 תשומת ליבכם כי יש לעמוד בדרישה כי בכל אחת מהשנים היו קיימים למשרד 15 לקוחות מתוכם 5 גדולים כהגדרתם במכרז</p>	<p>על פי תנאי המכרז, משרד אשר במהלך 3 שנים היו לו 5 לקוחות גדולים שונים עם היקף שנתי של 5 מיליון ₪, כאשר בכל שנה היה לו לקוח אחד בלבד (החליף לקוח גדול כל שנה), עמד בתנאי המכרז. האם משרד שהיו לו 2 לקוחות גדולים עם היקף שנתי של 5 מיליון ₪ במהלך כל אחת מה- 3 שנים (לא החליף את הלקוח), שונה מהמשרד עם 5 הלקוחות השונים? גם במקרה זה ניהל המשרד תקציב של 5 מיליון ₪ של לקוח בכל אחת מהשנים. ההבדל היחיד הינו שלקוח זה לא השתנה בכל שנה. לפי זה נראה כי על פי תנאי המכרז, יש לראות כל שנה בנפרד ולפיכך, משרד שניהל 2 לקוחות גדולים במשך 5 שנים שונות, עומד בתנאי המכרז של ניהול 5 לקוחות בעלי היקף של 5 מיליון</p>	<p>המציע סיפק שירותי פרסום במהלך כל אחת מהשנים...מתוכם ל-5 לקוחות גדולים...גוף שהיקף הפרסום השנתי שלו עומד על 5 מיליון שח עפ"י דוח חברת יפעת ואשר לו ניתנו שירותי פרסום במשך שנה רצופה אחת</p>	<p>תנאי סף מקצועיים 4.2.3</p>	<p>6</p>	<p>.7</p>

	שה בשנה. הלקוחות עליהם מדובר הם מוסד אקדמי גדול מאוד. נודה לאישורכם.				
אין שינוי במסמכי המכרז	מוסד אקדמי גדול נוסף שאנו מפרסמים ובבחינת דוחות יפעת אינו מגיע לסכום היעד כיוון שנכללים בפרסום הרבה מקומונים, שילוט מקומי, רשתות חברתיות ופרסום למגזר הדתי שאינם נרשמים בדוחות יפעת. האם ניתן להציג הוכחה או חתימת רו"ח על היקף פרסום של מיליון וחצי עד 2 מיליון שח לשנה רצופה במחירים ריאליים: סכום זה הוא בהתאמה לדוחות יפעת	המציע סיפק שירותי פרסום במהלך כל אחת מהשנים...מתוכם ל-5 לקוחות גדולים...גוף שהיקף הפרסום השנתי שלו עומד על 5 מיליון שח עפ"י דוח חברת יפעת ואשר לו ניתנו שירותי פרסום במשך שנה רצופה אחת	תנאי סף מקצועיים 4.2.3	6	8
ראו תשובה לשאלה 4	האם מגיעה לנו עמלה כאשר לא מתבצע ניהול קריאטיב על ידי משרד הפרסום? מה קורה במקרה שכן מתבצע ניהול קריאטיב למשרד הפרסום.	גובה העמלה שיציע משרד הפרסום למדיה הנרכשת באופן ישיר על ידי האוניברסיטה כאשר לא מתבצע ניהול קריאטיב וקידום מצד משרד הפרסום (עמלת רכש ישיר)	5.5.2.2	10	9
יובהר כי הריטיינר כולל אוף ליין ללא הגבלה, 481 קמפיינים דיגיטליים בשנה לרבות באנרים מופלשים ודפי נחיתה.	נבקש לשנות את הניסוח "...."קריאטיב, קופי, עיצוב, ביצוע (לרבות הנפשה), תוכן, תכנות של עמודי נחיתה ובאנרים... לא ניתן לכלול את כל עבודות התכנות במסגרת הריטיינר. זה בור ללא תחתית. נבקש לכלול תכנות פשוט בלבד כלשון הסעיף המנוסח מחדש.	ריטיינר- "סך חודשי של 15,000 שח לחודש..... אחריות על הדאטה (גוגל אנליטיקס, יצירת דש בורד, משפך מכירה) וכו' "	7.1.1	10	10
אם משרד הפרסום לא ינהל את גוגל, הוא לא יתבקש לעצב מודעות ולא יהיה זכאי לתשלום	נבקש להחריג במידה ונעשתה עבודה קופי או עיצוב על ידי משרד הפרסום. להחריג גם בחוזה.	יובהר כי במידה והאוניברסיטה תרכוש פרסום באופן ישיר מחברת גוגל...לא יהיה זכאי לדמי ניהול או עמלה או כל אחר (כאמור בהסכם התקשרות)	7.3	11	11
מקובל, בסיפת סעיף 7.5 יתווסף "למעט הוצאות נוספות שאושרו מראש ובכתב ע"י האוניברסיטה"	להחריג עבודות אשר נעשות על ידי צד ג'. עבודות הפקה, תכנות, וכו'ב.	"התמורה הנדרשת על ידי המציע... מיסים ככל שיחולו"	7.4	11	12
ראו תשובה לשאלה 12	להחריג עבודת צד ג כגון עבודות הפקה. חשוב לנו לציין שזהו סעיף בסיסי ביותר והמכרז חסר התייחסות לעבודות הפקה שבהכרח נעשות על ידי צד ג.	"המציע לא יהיה זכאי לתמורה נוספת ו/ או להחזר הוצאות ו/או לתשלומים נוספים כלשהם."	7.5	11	13

לפי שק"ד האוניברסיטה, האוניברסיטה שואפת כי מרבית השירותים ירוכזו ע"י משרד הפרסום	באילו מקרים תרצו שהאוניברסיטה תשלם ישירות לגוף המדיה ובאילו מקרים התשלום למדיה יהיה באחריות משרד הפרסום? רלוונטי לכל ספקי המדיה, כולל גוגל, פייסבוק, YNET, וואלה, רדיו, עיתונות וכד'	תשלום לגופי המדיה			14
לא. מדובר בתשלום עבור עיון בהצעות ולא עבור השתתפות.	האם את האישור על תשלום 500 ש"ח יש לצרף כבר בשלב ההצעות?	עיון במסמכי המכרז מותנה בתשלום של 500 ש"ח	סעיף 11.5	15	15
יתוקן. סכום הערבות הינו 30,000 ש"ח	ישנה אי התאמה בין סכום ערבות הביצוע במילים לבין הסכום במספרים (30,000 ו-50,000). מומלץ להעביר שאלת הבהרה בעניין זה.	מימוש התקשרות – ערבות ביצוע	סעיף 12.2.1	15	16
סעיף 2 עמוד 26 צריך לציין את מורשי החתימה ותפקידיהם. בעמוד 31 יש לחתום בשם המציע באמצעות מורשי החתימה (יש להתעלם מהמקום הנוסף באותה שורה שהושאר לחתימה) ועל כל מורשה חתימה למלא פרטיו בהתאם לטופס.	הניסוח של סעיף 1 (בתחילת הנספח), מצביע על כך שההצהרה היא של המציע עצמו, אך מיד לאחר מכן, בסעיף 2, מורשי החתימה הופכים להיות המצהירים, בשם המציע. על כן, לא ברור האם החתימה הנדרשת בסוף ההצעה הינה של מורשי החתימה של המציע או של המציע עצמו (חתימות מורשי החתימה + חותמת התאגיד)?	הנני מצהיר כי זה שמי, זו חתימתי ותוכן תצהירי לעיל אמת	סעיף 9	31	17
כן	האם יש אפשרות שהאישור שרו"ח נותן רק מאשר שאנחנו עומדים בתנאי הסף של מחזור של מינימום 15 מיליון לפני מע"מ? הנ"ל על מנת לשמור על סודיות (מחזורי המשרד)	אישור רואה חשבון	נספח ו'	41	18
לא	האם ניתן לייתר את חשיפת ההסכמים שיש למשרד הפרסום מול ספקים הקשורים באוניברסיטת אריאל?	6.1. משרד הפרסום נותן בזאת את הסכמתו לכל בדיקה ו/או עיון ו/או ביקורת שתיערך על ידי האוניברסיטה ו/או מי מטעמה במשך תוקפו של הסכם זה ובמשך תקופה של 12 חודשים לאחר סיומו של ההסכם, מכל סיבה שהיא, את האמור להלן: 6.1.1. תיקים, רישומים, חשבונות הנוגעים לטיפול	סעיף 6.1 להסכם	48	19

		<p>בשירותים הניתנים לאוניברסיטה.          6.1.2. תיקים, רישומים, חשבונות והסכמים הנוגעים להתקשרויות עם ספקים הקשורים לטיפול בשירותים הניתנים לאוניברסיטה.          6.1.3. משרד הפרסום יסייע למרכז ו/או למי מטעמו לערוך ביקורת, ככל שיידרש.</p>			
את הפרש	מה משרד הפרסום מתחייב להחזיר ?	<p>משרד הפרסום מתחייב להשיב לאוניברסיטה סכומים בגין הפער שבין העמלה או התשלום שקיבל בפועל עבור רכישת המדיה הקנויה ( LINE OFF ו LINE ON ) ובין העמלה /המחיר שהוצעו על ידו לאוניברסיטה בהצעתו הסופית, ככל שישנו (להלן: "החזר עמלה"); תשלום בגובה עמלת רכש ישיר בגין התקשרות ישירה של האוניברסיטה לרכישת מוצרי פרסום ו/או מדיה ללא ניהול קריאטיב וקידום מצד משרד הפרסום.</p>	סעיף 8.1.3 להסכם	48	20
ניתן למלא את מסמכי המכרז בכתב יד. כמו כן יש לצרף נספחים כנדרש ע"פ מסמכי המכרז. תשומת לבכם כי יש להגיש את ההצעה הפיזית לתיבת מכרזים שתוצב באוניברסיטה בהתאם להוראות המכרז.	האם ניתן למלא את המכרז בכתב יד, או שנדרש לצרף נספחים?		כללי		21

האמור במסמך שאלות ותשובות זה גובר על האמור במסמכי המכרז.

יש להגיש מסמך זה עם הצעת המציע.

\_\_\_\_\_ : תאריך:

\_\_\_\_\_ : חתימת המציע: