

**Par atklāta konkursa
“PAR ŪDENSŠAIMNIECĪBAS ATTĪSTĪBAS PROJEKTU KOMUNIKĀCIJAS
KAMPAŅAS IZSTRĀDI UN ĪSTENOŠANU”
(identifikācijas Nr.RŪ-2025/70)
nolikumu**

Rīgā, 2025.gada 14.aprīlī

Papildu informācija Nr.2

Ar šo iepirkuma komisija sniedz atbildes uz ieinteresēto piegādātāju jautājumiem par atklāta konkursa “Par ūdenssaimniecības attīstības projektu komunikācijas kampaņas izstrādi un īstenošanu” (identifikācijas Nr.RŪ-2025/70, turpmāk – atklāts konkurss) nolikumu:

1.jautājums:

Atklāta konkursa nolikuma 2.pielikuma “Tehniskā specifikācija – darba uzdevums” 5.3.9. punktā un apakšpunktos ir norādīts, kas ir jāparedz Uzņēmējam video izstrādē, taču nekur netiek minēts par aktieru iesaisti.

Vai pareizi saprotam, ka video reklāmā “darbojošās personas” būs Rīgas ūdens darbinieki?

1.atbilde:

Pasūtītājs skaidro, ka aktieru iesaiste nav noteikta kā obligāts nosacījums. Personu izvēle (piemēram, SIA “Rīgas ūdens” darbinieki, iedzīvotāji, kuri šobrīd apsver pieslēgšanos ūdensapgādes un kanalizācijas tīkliem vai esošie klienti, kuri jau ir pieslēgušies ūdensapgādes un kanalizācijas tīkliem un ir gatavi dalīties savā pieredzē), kā arī video sižeta izpildījums tiks definēti sadarbībā ar pasūtītāju, kampaņas koncepcijas un scenārija izstrādes un saskaņošanas brīdī.

2.jautājums:

Atklāta konkursa nolikuma 2.pielikuma “Tehniskā specifikācija – darba uzdevums” 5.5.5. punktā ir norādīts, ka “Galvenajam vizuālajam materiālam jābūt piemērotam dažādiem komunikācijas kanāliem:

5.5.5.1. Sociālo tīklu platformām (Facebook, Instagram, LinkedIn, X).

5.5.5.2. Drukātajiem materiāliem (plakāti, brošūras, bukleti).

5.5.5.3. Digitālajām reklāmām un prezentācijām.”

Lūgums paskaidrot, 5.5.5. punkta noteikto, vai tas nozīmē, ka aģentūrai ir jānodrošina šis galvenais vizuālais materiāls visos norādītajos izmēros un veidos, vai tikai jānodrošina darba failu nosūtīšana, kas būs pielāgojami uzskaitītajiem materiāliem?

2.atbilde:

Pasūtītājs paskaidro, ka uzņēmējam nav jānodrošina katra izmēra vai formāta gatavie faili atsevišķi, bet jāizstrādā viens konceptuāli un vizuāli piemērots pamatmateriāls un jānodrošina tā pielāgojamība, t.i., jāiesniedz darba faili (AI, EPS, PDF, JPG, PNG u.c. formātos), saskaņā ar tehniskās specifikācijas 5.5.3. un 5.5.4. punktiem, lai pasūtītājs vai tā pilnvarots sadarbības partneris varētu tos adaptēt konkrētajām platformām.

3.jautājums:

Atklāta konkursa nolikuma 2.pielikuma “Tehniskā specifikācija – darba uzdevums” 5.4. punktā un tā apakšpunktos minēts, ka video reklamēšana jānodrošina digitālajās platformās Google Ads un Meta.

Tā kā piedāvājumi tiks izvērtēti pēc zemākā cenas piedāvājuma, kas jāstāda 3. pielikumā “Finanšu piedāvājums”, kurā tai skaitā 4. punktā jānorāda pakalpojuma cena Video reklamēšanai digitālajās platformās Google Ads un Meta.

Vai ir noteikts minimālais impresiju skaits vai kāds cits rādītājs, kāds ar šo digitālo reklāmu palīdzību jāsasniedz kampaņas ietvaros? Šāds rādītājs būtiski ietekmētu finanšu piedāvājumu.

3.atbilde:

Ievērojot Tehniskās specifikācijas – darba uzdevuma 5.1.punkta prasību, kas paredz, ka Uzņēmējam Līguma izpildes laikā jāizstrādā un jāpamato komunikācijas kampaņas koncepcija, kas ietver radošus un stratēģiski pamatotus risinājumus, kā sasniegt noteiktos kampaņas mērķus, kā arī sniegt kampaņas taktikas aprakstu. Līdz ar to, Pasūtītājs nav noteicis minimālo impresiju skaitu vai citu rādītāju.