

**ARKUSZ OCENY W PRZETARGU PR**

<b>Nazwa projektu:</b>	
<b>Imię i nazwisko osoby oceniającej lub anonimowo:</b>	

**Skala ocen od 0 do 10 pkt, gdzie:**

- 0-2 Nie spełnia oczekiwań  
3-5 Spełnia oczekiwania częściowo  
6-8 Spełnia oczekiwania  
9-10 Przekracza oczekiwania

**Szczegółowa ocena przygotowania zadania:**

KRYTERIUM	WAGA W %	OCENA W PKT
Podejście strategiczne	25%	
Adekwatność proponowanych rozwiązań	25%	
Jakość zespołu	30%	
Cena	20%	
<b>Razem:</b>	100%	

**Podsumowanie / Uwagi****Pytania pomocnicze:****1. Podejście strategiczne**

- a) Czy Agencja dobrze zrozumiała postawione przed nią zadania i odpowiedziała na nie w sposób wyczerpujący?
- b) Czy Agencja dokładnie przeanalizowała dotychczasowe działania Klienta i konkurencji oraz przedstawiła konstruktywne wnioski, na podstawie których oparła strategię?
- c) Czy pomysły zaprezentowane przez Agencję:
  - odpowiadają na Brief?
  - są dopasowane do grupy docelowej?
  - są dopasowane do komunikowanego produktu i/lub do marki?
  - odpowiadają na cele komunikacyjne i biznesowe opisane w Briefie?

## 2. Adekwatność proponowanych rozwiązań

- a) Czy Agencja udowodniła, że posiada wiedzę nt. efektywnej realizacji procesów (know-how dostawcy) oraz korzysta z profesjonalnych narzędzi, systemów do koordynacji działań i zarządzania projektami, które zlecać jej będzie Klient?
- b) Czy procesy i narzędzia Agencji umożliwiają efektywnie zarządzać informacją, czasem, procesem?
- c) Czy prezentowane przez Agencję pomysły są unikalne, неповtarzalne względem kampanii zrealizowanych dotychczas w kategorii i/lub zrealizowanych dotychczas przez markę dla tej grupy docelowej?
- d) Czy pomysły zaprezentowane przez Agencję są możliwe do zrealizowania w określonym przez Klienta terminie i budżecie produkcyjnym?
- e) Czy pomysły zaprezentowane przez Agencję są odpowiedzią umożliwiającą realizację celów i czy są mierzalne?

## 3. Jakość zespołu

- a) Czy w procesie przetargowym Agencja pokazała zachowania proaktywne i zaangażowanie, np. ze zrozumieniem zadawała pytania do postawionych zadań, konstruktywnie antycypowała w trakcie spotkania rozwiązania i sprawdzała je z Klientem?
- b) Czy Agencja daje poczucie, że będzie gotowa przejmować inicjatywę, mając na uwadze realizację projektu?
- c) Jak dobrze wydaje się zmotywowany i zaangażowany zespół dedykowany do codziennej obsługi Klienta?

Dodatkowo można poprosić o przesłanie biogramów poszczególnych osób przydzielonych do obsługi projektu.

## 4. Cena

- a) Czy zaproponowane wynagrodzenie mieści się w budżecie Klienta przeznaczonym na działania komunikacyjne?
- b) Czy zaproponowane przez Agencję wynagrodzenie jest stawką rynkową, czy nie jest dumpingiem cenowym lub zawyżeniem?