

## VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

### Základní informace

Zadavatel:	Vojenská zdravotní pojišťovna České republiky
Sídlo:	Drahobejlova 1404/4 190 03 Praha 9
Zastoupený:	Ing. Josef Diessl generální ředitel VoZP ČR
IČO:	47114975
Vyřizuje:	PaedDr. Josef Křivánek, MBA
Telefon:	+420 724 924 183
E-mail:	jkrivanek@vozp.cz
Č.j.:	1/112/739957-2018

### Specifikace VZ

Název VZ:	Zajištění PR poradenství
Kategorie veřejné zakázky:	veřejná zakázka malého rozsahu
Druh veřejné zakázky:	veřejná zakázka na služby

Tímto Vám zasíláme vysvětlení k zadávací dokumentaci veřejné zakázky malého rozsahu „Zajištění PR poradenství“. Vysvětlení zadávací dokumentace jsou zadavatelem poskytována na základě žádosti dodavatele.

V Praze dne 16. 05. 2018



PaedDr. Josef Křivánek, MBA  
ředitel OKaM

Příloha č. 1 Dotaz k veřejné zakázce

## Vysvětlení zadávací dokumentace

Dotazy (přesné znění):

1.

Co VoZP od spolupráce s PR agenturou očekává – jaké jsou hlavní strategické a byznysové cíle, kterým má PR napomoci?

Odpověď:

PR má primárně napomoci systematickému budování pozitivního povědomí o VoZP, její činnosti, nabídce atd. mezi cílovými skupinami. Případně i exektivně pomáhat při komunikaci krizových situací.

2.

Kdo je primární cílovou skupinou komunikace? Pokud obecná široká veřejnost, jsou pro VoZP určité skupiny „preferovanější“?

Odpověď:

Primárními cílovými skupinami jsou pro VoZP zejména: pojištěnci (stávající i potenciální), smluvní partneři (poskytovatelé zdravotní péče), odborná veřejnost.

3.

Co vnímáte jako nejdůležitější události/milníky s komunikačním potenciálem (v rámci VoZP i obecně „na trhu“, v legislativě, u konkurence apod.), které nastanou v dohledné době?

Odpověď:

Identifikaci těchto událostí/milníků očekáváme ze strany PR agentury v rámci její nabídky.

4.

Chápeme správně, že analýza komunikační situace, návrh komunikační strategie, plán komunikace i návrh vyhodnocení efektivity mají obsahovat i část za sociální sítě?

Odpověď:

VoZP v tuto chvíli řeší sociální sítě samostatně. Předkládaná nabídka nemusí obsahovat část za sociální sítě.

5.

Kterých sociálních sítí se má spolupráce týkat?

Odpověď:

Viz odpověď na otázku č. 4.

6.

Pokud budeme navrhovat komunikační aktivity spojené s externími náklady (např. reklamní spend na Facebooku, občerstvení na tiskové konferenci, náklady na průzkum veřejného mínění, který bude sloužit jako podklad pro tiskovou zprávu), počítají se tyto náklady do celkového limitu zakázky (1,8 mil. Kč)

Odpověď:

Tyto externí náklady nejsou předmětem veřejné zakázky.

7.

V jakém formátu má být nabídka zpracována (doc/ppt)?

Odpověď:

Volba formátu v rámci MS Office (doc/ppt) je na dodavateli. Očíslované znění nabídky dle požadovaného řazení (totožné s originální nabídkou a kopií v papírové podobě) je možné překlopit do formátu PDF a vypálit na CD nosič.