



## מסמך הבהרות מס' 1 תשובות לשאלות הבהרה

### מכרז פומבי מס' 26/2024 למתן שירות בתחום אסטרטגיית שיווק ויח"צ וייעוץ תקשורתי עבור עיריית קרית מלאכי

1. בהתאם להוראות המכרז וכל דין, מתכבדת העירייה להשיב לפניות ושאלות הבהרה שהתקבלו במועד שנקבע לכך, כדלהלן.
2. מסמך הבהרות זה מהווה חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז ויש לקרוא את הוראות המכרז ונספחיו בהתאם לשינויים או להבהרות המפורטות במסמך הבהרות.
3. יש לצרף נספח הבהרות זה ליתר מסמכי המכרז כשהוא חתום בתחתית כל עמוד ע"י המציע.
4. העירייה תהיה רשאית להוסיף ולפרסם הבהרות נוספות מיוזמתה ועד למועד האחרון להגשת הצעות. באחריות המשתתפים להתעדכן בפרסומים מעת לעת ועד למועד האחרון להגשת הצעות.

מס'	עמ'	סעיף	פירוט השאלה	תשובה
1.	הצעת מחיר	11.1 ב'	קיימת סתירה בין סעיף זה שמציין טווח מחיר של 280-316 אלש"ח, לבין מסמך ב' - מפרט ודף הצעת מחיר בהמשך (עמוד 21) - שמציינים טווח מחירים של 290-316 אלש"ח. נבקש לוודא אם הנכון הוא 280 או 290?	טווח המחירים הנכון הוא 280-316 אלש"ח.
2.	מפרט ודף הצעת מחיר	מסמך ב' סעיף 2	<p>נוגע לליווי 140 שעות חודשיות (=משרה מלאה) ע"י איש מקצוע מטעם המציע, שלוש שאלות בהקשר זה:</p> <p>א. האם לעירייה יש דובר/ת פנימי שמולו יעבוד הזוכה?</p> <p>ב. האם בליווי צמוד של 140 שעות הכוונה היא לנוכחות פיזית מלאה של היועץ מטעם המציע? אם לא נוכחות מלאה – מה הצפי לנוכחות פיזית? (נציין כי אם אכן מדובר בהיקף של משרה מלאה, אין במחיר בו נקבתם כדאיות כלכלית למציע סביר שמעוניין להציב אדם מנוסה ואיכותי ולשלם לו שכר סביר).</p> <p>ג. האם אכן הצפי הוא שהמציע יגיע ויבצע בעצמו את צילומי ישיבות המועצה, תיעוד האירועים וינהל בעצמו את קבוצות הווטסאפ ונכסי המדיה החברתית של העירייה? (אם זה הצפי – הדבר דורש אדם נוסף המתמחה בדיגיטל (בנוסף לאיש היח"צ – יועצת התקשורת) – ולא בטוח שאפילו סעיף זה כשלעצמו משתלם למציע סביר שמעוניין להציב איש דיגיטל איכותי בשכר סביר).</p>	<p>א. כן</p> <p>ב. כן, נוכחות מלאה.</p> <p>ג. המציע נדרש להגיע לישיבות המועצה ולתעד את החלקים החשובים, יחד עם זאת קיים צוות צילום מקצועי המעביר את הישיבות בשידור חי. לגבי ניהול המדיות החברתיות אכן מצופה מהמציע לנהל את כלל המדיות החברתיות.</p>



"מיש"א דבר ה' אל ישראל ביד מלאכי" (מלאכי א', א)  
**עיריית קרית מלאכי**  
 ועדת מכרזים



רח"ד

<p>הבקשה נדחית</p>	<p>מועד אחרון לקבלת מענה לשאלות הוא 8.10 ב 16:00.                  מועד אחרון להגשה – 15.10 ב 9:00. כך שבעצם יש 4 ימי עבודה בלבד ביניהם. האם יש אפשרות לשקול להאריך את מועד ההגשה?</p>	<p>מסמך א'</p>	<p>3. מסמכי המכרז</p>
<p>כן.                  - אינכם מחויבים להציע מספר כתבות. תוכלו להציע פעולות אחרות כמפורט בסעיף ב(4) - התחייבות המציע לביצוע פעולות נוספות מעבר ל-40 שעות העבודה מאנשי המקצוע השונים ו-140 שעות של איש המקצוע המלווה הצמוד כאמור במסמך ב' (מפרט העבודות ודף הצעת המחיר) כגון: שעות נוספות / התחייבות למינימום כתבות בתקשורת הארצית בשנה, פעולות / אירועים / מפגשים / הדרכות / ארגון כנסים מושכי תקשורת עיצובים גרפיים / עריכות/וידאו/פרסומים / קמפיין.</p>	<p>- "140 שעות של מלווה צמוד": נשמח להבין מה הכוונה? 140 שעות זה 6 שעות יומיות בממוצע של חודש עבודה. האם דרושה נוכחות פיזית של מי מטעמנו יום ביום במשרדי העירייה?                  - "התחייבות למינימום כתבות בתקשורת הארצית בשנה" – באופן כללי כשמדובר ביח"צ בלבד ולא פרסום/תוכן שיווקי בעייתי להתחייב למספר פרסומים. בנוסף, לא ציינתן מה הציפייה – התחייבות לכמה פרסומים? לא ניתן לדעת אם הציפייה ריאלית ללא מספר.                  - "שעות נוספות / פעולות / אירועים / מפגשים / הדרכות" – גם כאן, אין שום אומדן / צפי בהיקף עבודה דרוש.                  - "ארגון כנסים" – בהיבט של יח"צ או היבט הפקתי?                  - "עיצובים גרפיים / עריכות וידאו / פרסומים / קמפיין" – על מה בדיוק מדובר? קמפיין פרסומי זה מודעות בתשלום. עיצוב גרפי לעיתים דורש אאוטסורסינג. האם כל זה אמור להיכלל בתקציב יח"צ? לרוב מקובל תקציב נוסף שכן זה תשלום לגורמים חיצוניים.</p>	<p>סעיף ב4</p>	<p>4. מסמכי המכרז</p>
<p>מדובר על קמפיינים פרסומיים כלליים או ליווי פרסומים שונים המתקיימים באופן קבוע ברשות.</p>	<p>"בניית תכניות עבודה לאירועים שונים ויישומן, לרבות ניהול פרויקטים תקשורתיים ושיווקיים שמטרתם מיתוג העיר ושיפור הדימוי הציבורי" – לא מובן למה הכוונה.                  "אירועים שונים ויישומן" - האם מדובר בפרויקטים/אירועים הדורשים גורם הפקתי? אם כן זה תקציב נפרד.                  "פרויקטים שיווקיים" – האם מדובר בפרויקטים פרסומיים (קמפיין שלטי חוצות / מודעות בעיתונות) – אם כן זה אמור להיות תקציב נפרד שכן פרסום דורש תשלום לפלטפורמות המפרסם + עיצוב גרפי של מודעות.</p>	<p>מסמך ב</p>	<p>5.</p>
<p>מדובר גם בקמפיין יח"צ ובמידה ונצטרך גם קמפיין פרסומי כמובן שהעירייה תקצה תקציב נוסף.</p>	<p>"ניהול תכנון וביצוע של קמפיינים" - האם הכוונה לקמפיין יח"צ – שזה בסדר והגיוני, או שהכוונה קמפיין פרסום (מודעות בעיתון, שלטי חוצות וכד) / או קמפיין דיגיטלי? – לזה יש הוצאות נוספות רבות וזה לא אמור להיכלל בתקציב שנציע, אלא בעלויות נוספות על פי הקמפיין הנקודתי ועלויותיו.</p>	<p>"</p>	<p>6.</p>



"מיש"א דבר ה' אל ישראל ביד מלאכי" (מלאכי א', א)  
**עיריית קרית מלאכי**  
 ועדת מכרזים



רח"ד

7.	"	"אחריות על מערך השידור החי של ישיבות מועצת העיר תוך הפצתו במדיות השונות" – באיזו תדירות מדובר? חודשי או יותר?	בין פעם לפעמיים בחודש.
8.	"	"ניהול, תכנון וביצוע של קמפיינים עירוניים" – שוב, האם מדובר בקמפיין פרסומי כגון שלטי חוצות / קמפיין מודעות בעיתונות – זה דורש תקציב נפרד	לקמפיינים חיצוניים נוספים יעמוד תקציב נוסף בנפרד.
9.	"	"ניהול תקציב תפעולי הכולל תכנון ובקרה על הוצאות הפרסום והתפעול." – האם הכוונה להיות מנהל שיווק / פרסום או יח"צ? יש הבדל גדול בין השניים. זה תקציבים שונים / ספקים שונים/ מהות עבודה שונה.	הכוונה הובהרה בפירוט רב בדרישות המכרז.
10.	מסמך ב סעיף 5	" הצעת המחירים המוגשת על ידי מתייחסת לכל העבודות, על בסיס הנתונים המפורטים במסמכי המכרז, והמחירים כוללים את כל החומרים, הציוד וכיו"ב שנדרש להם לצורך ביצוע העבודות" - באופן כללי – במקומות שונים במכרז התייחסתם מצד אחד למכרז ליח"צ ומצד שני קמפיינים, וידאו וכד'. יחסי ציבור בדרי"כ מתוקצבים בריטיינר חודשי וכוללים עבודת אסטרטגיה, תכנית עבודה, יצירת חומרים לתקשורת, עבודה מול התקשורת, ניהול משברים, ניהול מסיבות עיתונאים וכד'. כל השאר – קמפיינים פרסומיים ודיגטליים, הפקת חומר וידאו, עריכות, עיצובים גרפיים – אינם יח"צ ותמיד מחייבים עלויות נוספות גבוהות – האם כוונתכם שהמחיר המקסימלי שקבעתם יכלול גם את זה?	המכרז מפרט באופן מובהק כי ישנן מספר פעולות אותם אנו מציעים, אחת מהן היא פונקציה שתוביל את כל נושא היח"צ, תפעול כלכלי, ניהול וכו'. בנוסף, קיימות שעות נוספות (בסעיף נוסף) לאנשי צוות מתחומים שונים שאמורים לתת מענה לדבר.
11.	חווה	משתמע מהסעיף שהתשלום אינו ריטיינר חודשי קובע וכי חודש בחודשו בעצם מנהל מטעם העירייה יכול לקבוע האם וכמה לשלם לספק יחסי הציבור, בהתאם לעבודה בפועל ובהתאם לשיקול דעתו – האם אכן כך? אגא הסבירו במילים פשוטות וברורות מה מהות ההתקשרות – ריטיינר חודשי קבוע? על בסיס שעות עבודה בחודש? כיצד ייקבע התשלום?	התשלום ייקבע לפי שעות עבודה בפועל, כאמור שעות העבודה המצופות הן כפי שפורט במכרז. במידה והמציע לא יעמוד בשעות העבודה, שווי סכום השעות החסרות יקוזזו מהריטיינר.

העירייה תהיה רשאית להוסיף ולפרסם מסמכי הבהרה שונים מיוזמתה, עד למועד האחרון להגשת הצעות. על המשתתפים להתעדכן באתר העירייה ובמסמכי המכרז המתפרסמים מעת לעת על-ידי העירייה.

**עיריית קרית מלאכי**

חתימה המציע:

(יש לצרף ליתר מסמכי ההצעה)