

DZP.261.09.2025.AW.2

Warszawa, dnia 24.03.2025 r.

WSZYSCY WYKONAWCY

Dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym na podstawie art. 275 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2024 r. poz. 1320) zwanej dalej „upzp” na **realizację kampanii digitalowej promującej sprzedaż biletów na koncerty w ramach polskiej prezydencji w Radzie UE.**

Działając na podstawie art. 284 ust. 2 upzp, niniejszym Narodowe Centrum Kultury udziela wyjaśnień na zapytania dotyczące Specyfikacji Warunków Zamówienia we wskazanym powyżej postępowaniu:

PYTANIE 1:

Po czyjej stronie jest przygotowanie kreacji do działań w Google Ads i Meta ?

ODPOWIEDŹ:

Przygotowanie kreacji (grafik i materiałów video) do działań w Google Ads i Meta leży po stronie Zamawiającego.

PYTANIE 2:

Co dokładnie rozumie zamawiający przez unikalne wejścia na stronę ? Jaka dokładnie metryka w Google Analytics 4 odpowiada za ten parametr ?

ODPOWIEDŹ:

Przez „unikalne wejścia na stronę” Zamawiający rozumie liczbę unikalnych użytkowników, którzy odwiedzili stronę docelową kampanii w określonym czasie. W Google Analytics 4 odpowiada za to metryka „Użytkownicy” (Users), która określa liczbę pojedynczych użytkowników, niezależnie od liczby ich sesji lub odsłon.

PYTANIE 3:

Jakiego modelu atrybucji w Google Analytics 4 używa zamawiający ?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający korzysta z domyślnego modelu atrybucji opartego na danych dostępnego w Google Analytics 4. W przypadku potrzeby uproszczenia analizy, dopuszczalne jest także stosowanie modelu last-click (ostatnie kliknięcie).

PYTANIE 4:

Czy podobne kampanie reklamowe zamawiający realizował w przeszłości? Jeśli tak to poprosimy o wyniki zawierające: zakres działań, timing, współczynnik konwersji, CTR, liczbę kliknięć w rozbiu na kanał ze szczególnym uwzględnieniem działań Google Ads i Meta ?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający nie dysponuje danymi historycznymi, które mogłyby zostać przekazane Wykonawcy w tym zakresie.

PYTANIE 5:

Czy promocja wydarzeń/koncertów, które są przedmiotem przetargu będzie realizowana w obrębie jednej domeny ?

ODPOWIEDŹ:

Wszystkie działania promocyjne będą kierowane na domenę: <https://nck.bilety24.pl/>

PYTANIE 6:

Zamawiający wymaga remarketingu kierowanego m.in. na użytkowników, którzy obejrzeli spot/spoty na Youtube. Pytanie o jakich spotach mowa? (Chodzi o wszystkie, czy tylko o konkretne filmy promujące wydarzenia, o których mowa w SWZ?

ODPOWIEDŹ:

Remarketing ma dotyczyć dwóch kategorii materiałów video:

- głównego spotu promującego Prezydencję Polski w Radzie Unii Europejskiej,**
- krótkich materiałów reklamowych promujących konkretne koncerty w ramach Programu Kulturalnego.**

Dyrektor
Narodowego Centrum Kultury

Robert Piaskowski