

## VEŘEJNÁ SOUTĚŽ NA ORGANIZACI AKCE INTERNET ADVERTISING CONFERENCE 2020

Sdružení pro internetový rozvoj v České republice, z.s.p.o. (ve zkratce "SPIR") si dovoluje oslovit vaši společnost v rámci veřejné soutěže na organizaci 13. ročníku Internet Advertising Conference 2020.

### Základní informace

**Popis akce:** každoroční odborná konference věnovaná reklamě, marketingu, aktuálním trendům, hrozbám a výzvám a právnímu rámci v digitálním prostředí. Akce je stěžejní pro prezentaci SPIR směrem k odborné veřejnosti.

**Garant:** Sdružení pro internetový rozvoj SPIR ([www.spir.cz](http://www.spir.cz))

**Pořadatel:** Navrhovatel nejvhodnější nabídky (výherce veřejné soutěže)

**Dosavadní počet návštěvníků vč. přednášejících:** celkem 450-600 osob

**Složení návštěvníků:** členové SPIR, odborná veřejnost, zástupci státní správy (viz příloha č. 2)

**Rozpočet:** dodavatel navrhne takový obchodní model, aby akce byla zisková, to znamená, že výše příjmů z akce musí převýšit vynaložené náklady na její realizaci.

**Termín:** jaro 2020

**Časový rozsah:** jednodenní akce, příp. s networkingovou after party

**Místo:** navrhne dodavatel

**Termín odevzdání nabídky:** 7. ledna 2019

### O akci

#### Účel akce:

- propagace internetové reklamy a marketingu
- přehled o dění na digitálním trhu domácím i zahraničním, které umožní účastníkům alokovat jejich reklamní rozpočty
- přehled o právním rámci digitálního prostředí (povinnosti, hrozby a příležitosti)
- propagace SPIR a jejích členů
- komunitní setkání branže

#### Program:

- odborná témata z oblasti reklamy a marketingu na internetu
- trendy digitálního trhu
- novinky digitálního trhu
- key studies
- poučení z neúspěchů (tzv. fuck-ups)
- offline marketing ve vztahu k online
- vhodné doprovodné aktivity v průběhu konference

#### Přednášející:

- aspoň 20 % zahraničních přednášejících

## Co od vás očekáváme

Očekáváme, že akci připravíte na klíč.

### A. obchodní model akce

- a. návrh struktury právních vztahů a z nich vyplývajících finančních závazků
- b. zejména návrh způsobu financování akce a vzájemného protiplnění

### B. návrh programu akce

- a. témata nebo oblasti a jejich časová dotace
- b. typy přednášejících osob<sup>1</sup>, přičemž konkrétní jména nejsou podmínkou, ale mohou být výhodou
- c. návrh počtu sálů a rozdělení témat do sálů dle navrženého programu

### C. zajištění produkční stránky akce:

- a. výběr lokace
- b. zvací a rezervační systém
  - i. předpokládáme, že budete mít vlastní databázi kontaktů vhodných k oslovení a vlastní rezervační systém (ne Google forms)
- c. návrh výše vstupného tak, aby akce byla zisková; vstupným se pro účely této veřejné soutěže rozumí peněžitá částka, kterou účastník akce Internet Advertising Conference 2020 zaplatí za to, že se jí může zúčastnit
  - i. doporučujeme zvážit nabídku slevy při včasné registraci (tzv. early bird)
- d. plán podpory akce: v jakých termínech, s jakou frekvencí a jakými kanály budete akci propagovat
- e. samotnou exekuci produkce akce
  - i. zajištění lokace a souvisejících služeb (využití in-house techniky, hostesek, připojení k internetu apod.)
  - ii. komunikaci s přednášejícími, jejich příp. ubytování (a transfery)
  - iii. shromáždění prezentací předem od všech přednášejících
  - iv. technika na akci
    - a) prezentační technika podle požadavků přednášejících a odpovídající povaze akce
    - b) AV záznam z akce jak dokumentační, tak pro účely prezentace
    - c) fotodokumentace
  - v. catering na akci (2 x coffee break, 1x oběd, ale můžete navrhnout i jinak)

### D. oslovení a zajištění komerčních partnerství na akci formou finančního plnění

<sup>1</sup> např. téma: kampaně na spotřební zboží na sociálních sítích, řečník: marketingový ředitel FMCG řetězce nebo téma: influencer marketing, řečník: majitel největší agentury zastupující influencery

## Struktura nabídky

Nabídku odevzdejte ve struktuře níže uvedené a **rozpočet** dle přiloženého dokumentu ve formátu .xls viz příloha č. 1.

Struktura nabídky

- A. obchodní model akce
- B. návrh programu akce
- C. popis zajištění produkční stránky akce (lokace, upřesnění rezervačního systému, rozsah a typ vlastní databáze potenciálních účastníků, návrh výše vstupného, promotion plán)
- D. návrh doporučených partnerů
- E. přehled referencí a zkušeností s pořádáním, a především s programovým řešením, podobných akcí
- F. závazná cenová nabídka dle přílohy č. 1 této veřejné soutěže
- G. návrh smlouvy

Součástí nabídky nemusí být návrh cateringu a AV techniky ve smyslu podrobného popisu.

## Způsob hodnocení nabídky

Nabídky budou zadavatelem hodnoceny podle ekonomické výhodnosti, a to dle následujících dílčích kritérií:

	Dílčí kritérium	Váha
1.	Kvalita předloženého řešení, především obchodní model a program akce	60 %
2.	Nabídková cena (bez DPH)	30 %
3.	Zkušenosti a reference	10 %

Skutečnosti, které jsou předmětem hodnocení

### 1. Kvalita předloženého řešení

Toto dílčí hodnotící kritérium slouží pro posouzení kvality navrhovaného řešení, přičemž největší váha je kladena na obchodní model a program akce dle podmínek této veřejné soutěže.

### 2. Nabídková cena

Toto dílčí hodnotící kritérium slouží pro posouzení výše nabídkové ceny bez DPH. Uchazeč ve své nabídce na základě navrženého obchodního modelu též navrhne nabídkovou cenu v souladu s podmínkami této veřejné soutěže, přičemž akce musí být zisková, a proto jako nejvhodnější bude z hlediska tohoto dílčího hodnotícího kritéria hodnocena nabídka s nejvyšším ziskem.

### 3. Zkušenosti a reference

Toto dílčí hodnotící kritérium slouží pro posouzení kvality zkušeností s pořádáním obdobných akcí a referencí v souladu s podmínkami výběrového řízení.

### S čím Vám SPIR pomůže, pokud budete vybráni jako dodavatel akce

1. SPIR je Vám k dispozici pro konzultaci programového směru
2. SPIR rozešle na svoji databázi členů call for papers
3. SPIR navrhne některé konkrétní řečníky především z oblastí, kterým se dlouhodobě interně intenzivně věnuje
4. SPIR projde všechny včas zaslané prezentace vystupujících a upozorní na nevhodnou míru self promotion a požádá o úpravu
5. SPIR dodá reklamní předměty jako např. papírové tašky pro umístění pro propagačních materiálů a reklamních předmětů partnerů, brandované tužky a bloky pro účastníky konference
6. SPIR v rámci svých komunikačních kanálů bude propagovat akci (webové stránky, facebook, twitter)

### SPIR si vyhrazuje právo

1. dle množství a kvality došlých nabídek upravit veřejnou soutěž na dvoukolovou, případně vícekolovou
2. doplnit či změnit text veřejné soutěže
3. změnit uvedené termíny veřejné soutěže
4. zrušit veřejnou soutěž bez udání důvodu
5. odmítnout všechny předložené nabídky
6. nevracet podané nabídky
7. vyžádat si dodatečné informace a doplnění k předloženým nabídkám
8. ověřit údaje uvedené dodavatelem v nabídce
9. jednat o konečné podobě projektu a znění smlouvy s uchazečem/uchazeči s nejvhodnějšími nabídkami
10. nehradit náklady, které uchazeči vynaloží na účast ve veřejné soutěži
11. zajistit vlastní cestou partnery akce

### Dotazy

Dotazy prosím zasílejte mailem na [tereza.tumova@spir.cz](mailto:tereza.tumova@spir.cz), Tereza Tůmová, PR manažerka.

### Termín a forma pro odevzdání nabídek

**Nabídky prosím zašlete do 7. ledna 2019 emailem** na [tereza.tumova@spir.cz](mailto:tereza.tumova@spir.cz), Tereza Tůmová, PR manažerka.

#### Přílohy:

*Příloha č. 1 k veřejné soutěži na organizaci akce Internet Advertising Conference 2020 – rozpočet akce ve formátu .xls*

*Příloha č. 2 k veřejné soutěži na organizaci akce Internet Advertising Conference 2020 – struktura návštěvníků konference v r. 2018*