



РЕПУБЛИКА СРБИЈА

ВЛАДА

Канцеларија за Косово и Метохију

261 Број: 404-02-16-6/17-02

19.07.2017. године

Београд

У складу са чланом 63. став 3. у вези са чланом 63. став 2. Закона о јавним набавкама („Службени гласник РС“, број 124/2012, 14/15 и 68/15), Комисија за јавну набавку број 3/2017 - Услуга стратегија комуникације на друштвеним мрежама, ОРН: 64216200 - Услуге електронских информација, поступајући по захтеву потенцијалног понуђача, припремила је

ПРВИ ОДГОВОР – ДОДАТНО ПОЈАШЊЕЊЕ
у вези са припремањем понуде за јавну набавку број 3/2017

Питање:

1. Стратегија комуникације на друштвеним мрежама:

- Саветовање око ажурирања профила на друштвеним мрежама – да ли се под овим подразумева креирање и спровођење комуникационе стратегије за друштвене мреже?
- Саветовање око стварања и одржавања односа са новинарима - да ли се ово односи на потребу за ПР услугама, па и да то укључимо у понуду? Да ли укључује учешће у реализацији активности и припрему press материјала у циљу неговања односа са медијима? Да ли се то односи на новинаре свих медија (print, web, tv) будући да се тражи понуда за дигитал?
- Изградња и одржавање заједнице на друштвеним мрежама
- Саветовање око плана комуницирања појединачних пројеката и активности клијента – Да ли се под овим подразумева и осмишљавање пројектних активности и спровођење мањих тактичких кампања, или агенција има искључиво консултантску улогу?

2. Стандардизација наступа на друштвеним мрежама:

- Профили директора Марка Ђурића – колико профила је у питању и на којим мрежама?
- Профили Канцеларије за КиМ - колико профила је у питању и на којим мрежама?
- Креирање нових профила – Да ли се мисли само на отварање нових профила или и њихово вођење након тога? Које мреже би биле у питању и да ли имате пројекцију колико би то додатних профила било на годишњем нивоу?
- Ажурирање података и визуалија на постојећим профилима
- Саветовање око концепта интернет презентације Канцеларије за КиМ – Да ли се мисли само на сугестије за уређење сајта и профила на друштвеним мрежа, па затим пројектна егзекуција послова који су ван договорених оквира посла? (на пример редизајнирање странице на website-u)

3. Праћење

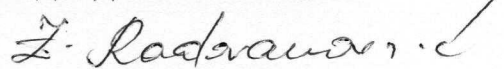
- Праћење медијских објава: локално, регионално, интернационално – Да ли се интернационално односи на појединачне медије на које бисте нам указали?

- Праћење онлајн конверзације о клијенту у реалном времену – Да ли се очекује и припрема решења/реакције или само праћење и извештавање?
- Израда дипломатског newslettera – базе извора и садржаја које је потребно пратити због побољшања дипломатске делатности клијента – колико често се креира и шаље newsletter? Да ли је публика шира јавност или Б2Б комуникација?
- 4. Информисање јавности – молимо за појашњење целе ове категорије, будући да садржи исте ставке као и прва (стратегија комуникације на друштвеним мрежама) која се односи на дигиталне канале?

Одговор:

На основу члана 63. ст. 2. ЗЈН заинтересовано лице може, у писаном облику тражити од наручиоца додатне информације или појашњења у вези са припремањем понуде, при чему може да укаже наручиоцу и на евентуално уочене недостатке и неправилности у конкурсној документацији, најкасније пет дана пре истека рока за подношење понуде. Комисија констатује да су питања потенцијалног понуђача пристигла након рока који је Законом одређен као рок за постављање питања.

ПРЕДСЕДНИК КОМИСИЈЕ



Зорица Радовановић