

Łańcut, 08.02.2021 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE NR 1/UD/1.4

dotyczące realizacji usług doradczych związanych z: *PROJEKTOWANIEM PRODUKTÓW ORAZ PROJEKTOWANIEM MARKI*

ZAMAWIAJĄCY:

GMOTO.PL Paweł Cebulak

ul. Kościuszki 78

37-100 Łańcut

NIP: 8151750134, REGON: 180440676

www.gmoto.pl

GMOTO.PL Paweł Cebulak, ul. Kościuszki 78, 37-100 Łańcut zaprasza do złożenia oferty na usługę doradczą polegającą na działaniach związanych z *PROJEKTOWANIEM PRODUKTÓW ORAZ PROJEKTOWANIEM MARKI* w obrębie dwóch głównych linii produktowych:

A. LINIA PRODUKTOWA GMOTO LIFE

B. LINIA PRODUKTOWA GMOTO WORKSHOP

WRAZ Z OPRACOWANIEM MODELOWEGO PROCESU ROZWOJU NOWEGO PRODUKTU DLA OBYDWÓCH WW. LINII PRODUKTOWYCH w ramach projektu pn. „WZROST KONKURENCYJNOŚCI FIRMY GMOTO.PL W WYNIKU WDROŻENIA STRATEGII WZORNICZEJ” realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia, Oś Priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.4 Wzór na konkurencję II Etap, Wniosek o dofinansowanie projektu nr: Projekt POPW.01.04.00-18-0028/20.

Postępowanie prowadzone jest w formie zapytania ofertowego zgodnie z zasadą konkurencyjności obowiązującą w ramach Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w zakresie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020.

Postępowanie ofertowe toczy się z zachowaniem zasad wynikających z art. 44 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. z 2009 r., Nr 157, poz. 1240 ze zm.), tj. w sposób celowy i oszczędny, z zachowaniem zasad: uzyskania najlepszych efektów z danych nakładów i optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów.

Niniejsze zapytanie ofertowe zostało zamieszczone na stronie przedsiębiorstwa **GMOTO.PL Paweł Cebulak** pod adresem www.gmoto.pl oraz na portalu *Baza Konkurencyjności* pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl.

OPIS ZAMAWIAJĄCEGO

Gmoto.pl to sklep motocyklowy z ponad 93 000 wyłącznie nowych części motocyklowych przypisanych do ponad 100 marek motocykli współczesnych i zabytkowych i skuterów sprzedawanych wysyłkowo.

W 2016 roku uruchomiono własny profesjonalny dwustanowiskowy serwis motocyklowy, w którym można dokonać bardzo zaawansowanych napraw w motocyklach każdego typu.

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zapytania ofertowego jest zrealizowanie doradztwa polegającego na zaprojektowaniu produktów oraz marki w obrębie dwóch głównych linii produktowych:

- A. LINIA PRODUKTOWA GMOTO LIFE to koncepcja marki związanej z transportem motocyklowym. Marka zajmować się będzie produkcją kufrów oraz tekstylnych sakw motocyklowych cechujących się dopracowanym wzornictwem i przemyślaną funkcjonalnością.

- B. LINIA PRODUKTOWA GMOTO WORKSHOP powinna być skupiona wokół produktów związanych z konserwacją i przechowywaniem motocykla. Ze względu na silną konkurencję w branży profesjonalnych narzędzi oferta GMOTO WORKSHOP powinna być dedykowana do amatorów i pasjonatów którzy sami prowadzą podstawową konserwację swojego motocykla. Oferta GMOTO WORKSHOP powinna pokrywać zapotrzebowanie na podstawowe narzędzia do konserwacji motocykla. Produkty będą cechować się technicznym charakterem.

I. ZAKRES USŁUGI

W ramach przedmiotowej usługi zakłada się zaprojektowanie nowych produktów w ramach **dwóch głównych linii produktowych**:

A. LINIA PRODUKTOWA GMOTO LIFE

B. LINIA PRODUKTOWA GMOTO WORKSHOP

ZESTAWIENIE ZAKRESU USŁUGI – SCHEMAT Z PODZIAŁEM NA DWIE LINIE PRODUKTOWE

A. LINIA PRODUKTOWA GMOTO LIFE	B. LINIA PRODUKTOWA GMOTO WORKSHOP
1.KUFER MOTOCYKLOWY CENTRALNY WRAZ Z SYSTEMEM MOCOWANIA I ARANŻACJAMI SPOSOBÓW MOCOWANIA	1.PODNOŚNIK GARAŻOWY
2.KUFRY MOTOCYKLOWE BOCZNE WRAZ Z SYSTEMEM MOCOWANIA KUFRÓW BOCZNYCH ORAZ ARANŻACJĄ SPOSOBÓW MOCOWANIA	2.STAND MOTOCYKLOWY
3.GMOLE	3.NAJAZD PRZEDNIEGO KOŁA
4.SYSTEM SAKW MOTOCYKLOWYCH	4.PODNOŚNIKI MOTOCYKLOWE-MOBILNE

PROJEKTOWANIE PRODUKTÓW

A. LINIA PRODUKTOWA GMOTO LIFE

1. KUFER MOTOCYKLOWY CENTRALNY WRAZ Z SYSTEMEM MOCOWANIA I ARANŻACJAMI SPOSOBÓW MOCOWANIA

W ramach linii produktowej GMOTO LIFE planuje się zaprojektowanie:

- 1 wzoru kufra centralnego;
- 1 wzoru systemu mocowania kufra centralnego;
- 3 aranżacje sposobów mocowania kufra centralnego dopasowane do motocykli: BMW GS800, KTM 1190, Honda CRF 1000 Africa Twin.

W obrębie marki GMOTO LIFE oferowane będą kufry o wysokiej jakości wykonania i doprecyzowane wzorniczo - nawiązujące do charakteru heavy-duty i HITECH. Projekt twardych kufrów powinien obejmować kufry, stelaże oraz funkcjonalne wkłady do kufrów porządkujące zawartość. Zakłada się zaprojektowanie kufra centralnego w 1 rozmiarze.

Zakres usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego:

- Kufer motocyklowy centralny – **1 wzór/2 koncepcje /dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy)**;
- System mocowania kufra centralnego – **1 wzór / 1 koncepcja**;
- Aranżacja sposobów mocowania kufra centralnego - 3 aranżacje dopasowane do motocykli: BMW GS800, KTM 1190, Honda CRF 1000 Africa Twin/ **1 koncepcja**.
- **Nadzór na wdrożeniu w zakresie zaprojektowanego produktu – Oferent winien uwzględnić, iż zakres usługi obejmuje nadzór nad zaprojektowanym produktem polegający na uwzględnieniu w dokumentacji projektowej wprowadzenia wszystkich zmian, korekt wymiarowych do momentu zakończenia procesu prototypowania produktu będącego przedmiotem wdrożenia.**

2. KUFRY MOTOCYKLOWE BOCZNE WRAZ Z SYSTEMEM MOCOWANIA KUFRÓW BOCZNYCH ORAZ ARANŻACJĄ SPOSOBÓW MOCOWANIA

W ramach linii produktowej GMOTO LIFE planuje się zaprojektowanie:

- 2 wzorów kufrów bocznych;
- 1 wzoru systemu mocowania kufrów bocznych;
- 3 aranżacje sposobów mocowania kufrów bocznych dopasowane do motocykli: BMW GS800, KTM 1190, Honda CRF 1000 Africa Twin.

W obrębie marki GMOTO LIFE oferowane będą kufry o wysokiej jakości wykonania i doprecyzowane wzorniczo - nawiązujące do charakteru heavy-duty i HITECH. Projekt twardego kufrów powinien obejmować kufry, stelaże oraz funkcjonalne wkłady do kufrów porządkujące zawartość. Zakłada się wdrożenie dwóch kufrów bocznych o zróżnicowanej wielkości.

Zakres usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego:

- Kufry motocyklowe boczne – **2 wzory /2 koncepcje - po jednej dla każdego wzoru/dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy);**
- System mocowania kufra bocznego – **1 wzór/1 koncepcja / dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy);**
- Aranżacja sposobów mocowania kufra bocznego - 3 aranżacje dopasowane do motocykli: BMW GS800, KTM 1190, Honda CRF 1000 Africa Twin. **/1 koncepcja;**
- Opracowanie wnętrza i dodatkowych elementów do kufrów motocyklowych - Ilość produktów będzie wynikiem opracowanego systemu podziału zawartości kufra **/2 koncepcje /dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy).**
- **Nadzór na wdrożeniu w zakresie zaprojektowanego produktu** – Oferent winien uwzględnić, iż zakres usługi obejmuje nadzór nad zaprojektowanym produktem polegający na uwzględnieniu w dokumentacji projektowej wprowadzenia wszystkich zmian, korekt wymiarowych do momentu zakończenia procesu prototypowania produktu będącego przedmiotem wdrożenia

CECHY WSPÓLNE KUFRÓW MOTOCYKLOWYCH – CENTRALNYCH I BOCZNYCH

Cechy użytkowo-estetyczne wyróżniające produkty to:

- innowacje w zakresie elementów dodatkowych do kufra (sprzączki, haki itp.),
- wysoka funkcjonalność i ergonomia użytkownika – zwiększona funkcjonalność i intuicyjność użytkownika produktów, dzięki dodatkowym akcesoriom;
- najwyższa jakość wykonania,
- modułowość rozwiązań, umożliwiającą dopasowanie do potrzeb użytkownika;
- wysokojakościowe podzespoły (klamry, paski, haczyki);
- uwydatnienie oznaczeń technicznych - partii produkcyjnej, możliwego obciążenia;
- wykonanie z materiałów o odpowiedniej odporności na uderzenia;
- wprowadzenie elementów reflective dla zwiększenia widoczności motocyklistów na drodze;
- wprowadzanie koloru marki w detalach, znaki graficzne inspirowane identyfikacją wizualną marki oraz przetłoczenia.

Uzupełnieniem oferty kufrów motocyklowych będą nieodłączne z nimi związane systemy mocowania, zarówno kufra centralnego, jak i bocznego, dzięki czemu oferta będzie mieć charakter kompleksowy. Klient marki GMOTO LIFE zostanie wyposażony w kompletny system kufra motocyklowego, a dodatkowo będzie mógł skorzystać z doradztwa w zakresie aranżacji sposobów mocowania kufrów. Przewiduje się, że zaprojektowane zostaną po 3 aranżacje dla kufra centralnego i kufrów bocznych dopasowane do 3 bardzo popularnych modeli motocykli: BMW GS800, KTM 1190, Honda CRF 1000 Africa Twin.

OPRACOWANIE WNĘTRZA I DODATKOWYCH ELEMENTÓW DO KUFRÓW MOTOCYKLOWYCH

Ilość koncepcji produktów będzie wynikiem opracowanego systemu podziału zawartości kufra.

3. GMOLE

W ramach linii produktowej GMOTO LIFE planuje się 3 wzory gmoли opracowane pod motocykle: Yamaha Drag Star 650, Honda Shadow 750, Honda CRF 1000 Africa Twin.

Planuje się wdrożenie 3 rodzajów gmoли motocyklowych do bardzo popularnych modeli tj. Yamaha Drag Star 650, Honda Shadow 750, Honda CRF 1000 Africa Twin. Podstawową funkcją gmoли motocyklowego jest lepsza ochrona silnika przed mechanicznym uszkodzeniem. W przypadku wywrotki w czasie jazdy lub przewrócenia się motocykla na postoju silnik jest osłonięty od twardego podłoża wytrzymałym orurowaniem. Gmoли pełnią również funkcję podnóżka. Motocyklista utrudzony długą monotonną jazdą motocyklem może rozprostować nogi, co zwiększa komfort jazdy. Wykonane są z tworzyw najwyższej jakości, dające gwarancję ich niezawodności, trwałości i odporności na ekstremalne warunki pogodowe i różnice temperatur, a ponadto spójne stylistycznie w ramach marki GMOTO LIFE.

Zakres usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego:

- 3 wzory opracowane pod motocykle: Yamaha Drag Star 650, Honda Shadow 750, Honda CRF 1000 Africa Twin. **/po 2 koncepcje dla każdego wzoru.**
- Nadzór na wdrożeniu w zakresie zaprojektowanego produktu – Oferent winien uwzględnić, iż zakres usługi obejmuje nadzór nad zaprojektowanym produktem polegający na uwzględnieniu w dokumentacji projektowej wprowadzenia wszystkich zmian, korekt wymiarowych do momentu zakończenia procesu prototypowania produktu będącego przedmiotem wdrożenia.

4. SYSTEM SAKW MOTOCYKLOWYCH

Wydatek w ramach linii produktowej GMOTO LIFE. Planuje się realizację:

- 1 sakwy w trzech rozmiarach,
- 1 systemu mocowania sakw do motocykla.

W wyniku realizacji projektu planuje się wdrożenie do produkcji sakwy w 3 różnych pojemnościach oraz komplementarnie opracowanie modułowego systemu sakw, w tym spinania sakw i montażu ich do motocykla. Konieczne jest zapewnienie spójności estetycznej z pozostałymi produktami w obrębie linii produktowej GMOTO LIFE. Należy jednak mieć na uwadze, że sakwy będą mieć charakter uzupełniający - dodatkowy. Ich produkcja wymaga skorzystania, w dużym zakresie, z usług outsourcingowych (szycie w szwalni).

Zakres usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego:

- 1 sakwa w trzech rozmiarach + 1 system mocowania sakw do motocykla. **/2 koncepcje/ dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy)**
- Nadzór na wdrożeniu w zakresie zaprojektowanego produktu – Oferent winien uwzględnić, iż zakres usługi obejmuje nadzór nad zaprojektowanym produktem polegający na uwzględnieniu w dokumentacji projektowej wprowadzenia wszystkich zmian, korekt wymiarowych do momentu zakończenia procesu prototypowania produktu będącego przedmiotem wdrożenia.

B. LINIA PRODUKTOWA GMOTO WORKSHOP

1. PODNOŚNIK GARAŻOWY

Wydatek w ramach linii produktowej GMOTO WORKSHOP. GMOTO.PL powinno opracować własną samonośną platformę przystosowaną do podnoszenia motocykli ponad maskę samochodu. Nowoczesne budownictwo nie oferuje już osobnych zamykanych garaży a jedynie miejsca parkingowe. Miejsca te pomieszczą jedynie jeden pojazd wykluczając możliwość trzymania 2 pojazdów w jednym miejscu. Aby ominąć ten problem na rynku zaczynają się pojawiać specjalne podnoszone platformy na motocykle. GMOTO wdroży własną samonośną platformę przystosowaną do podnoszenia motocykli ponad maskę samochodu. Najważniejsze cechy funkcjonalno-użytkowe oraz estetyczne podnośnika to:

- urządzenie dostępne w dwóch wersjach: z napędem manualnym lub z elektrycznym sterowaniem ruchem podnośnika;
- dostosowane do standardowych wymiarów miejsca parkingowego (uniwersalność);
- stabilizacja i bezpieczeństwo mocowania motocykla na platformie;
- wytrzymała konstrukcja i bezpieczeństwo użytkownika;
- zabezpieczenie przed przypadkowym opuszczeniem platformy oraz przed działaniami osób postronnych;
- urządzenie powinno występować w jednej wersji kolorystycznej zgodnej z opracowanymi kolorami DNA marki;

- platforma powinna być wolnostojąca-nie wymaga montażu do ściany.

Urządzenie będzie posiadać opcję obracania platformy po podłodze. Dzięki temu rozwiązaniu można z łatwością ustawić motocykl wzdłuż dowolnej ściany garażu. Wystarczy wjechać motocyklem na specjalny podest ustawiony prostopadłe do ściany, a następnie uruchomić opcję obrócenia platformy, tak aby zajęła pozycję równoległą/przylegającą do ściany garażu oraz zabezpieczyć motocykl na platformie. Kolejnym krokiem będzie podniesienie podestu na wysokość ok. 1,3-1,5 m, tak by po zaparkowaniu następnego pojazdu - samochodu platforma znajdowała się nad maską auta.

Zakres usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego:

- Podnośnik garażowy – 1 wzór w dwóch wersjach - podnośnik manualny i elektryczny/**2 koncepcje/dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy)**
- Nadzór na wdrożeniu w zakresie zaprojektowanego produktu – Oferent winien uwzględnić, iż zakres usługi obejmuje nadzór nad zaprojektowanym produktem polegający na uwzględnieniu w dokumentacji projektowej wprowadzenia wszystkich zmian, korekt wymiarowych do momentu zakończenia procesu prototypowania produktu będącego przedmiotem wdrożenia.

2. STAND MOTOCYKLOWY

W ramach linii produktowej GMOTO WORKSHOP zostanie zrealizowany restyling standu i dopracowanie jednego wzoru zgodnie z charakterystyką DNA marki.

Obecna oferta posiada 2 rodzaje podnośników do motocykli crossowych. Stojaki te nie wyróżniają się jednak dopracowanym wzornictwem. Obecne produkty wymagają restylingu zgodnego z założeniami marki. Stand powinien być wyposażony w siłownik pneumatyczny wspomagający proces podnoszenia i opuszczania platformy. Dodatkową funkcjonalnością będzie zaimplementowana półeczka na narzędzia w projektowanym standzie oraz praktyczne uchwyty. Konieczny jest restyling standu i dopracowanie jednego wzoru zgodnie z charakterystyką DNA marki.

Zakres usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego:

- Stand motocyklowy – restyling obecnego produktu – 2 wzory/**2 koncepcje - po jednej dla każdego wzoru /dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy)**
- Nadzór na wdrożeniu w zakresie zaprojektowanego produktu – Oferent winien uwzględnić, iż zakres usługi obejmuje nadzór nad zaprojektowanym produktem polegający na uwzględnieniu w dokumentacji projektowej wprowadzenia wszystkich zmian, korekt wymiarowych do momentu zakończenia procesu prototypowania produktu będącego przedmiotem wdrożenia.

3. NAJAZD PRZEDNIEGO KOŁA

W ramach linii produktowej GMOTO WORKSHOP zostanie zrealizowany restyling najazdu i dopracowanie jednego wzoru zgodnie z charakterystyką DNA marki.

W przypadku tej pozycji linii GMOTO WORKSHOP konieczny będzie restyling obecnego produktu marki GMOTO w duchu nowo opracowanego DNA marki oraz poszerzenie spektrum w zakresie wielkości koła (od 12 do 21 cali), w porównaniu do dotychczasowych możliwości najazdu kołem od średnicy do 14 do 21 cali).

Zakres usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego:

- Najazd przedniego koła – restyling obecnego produktu - **2 wzory/2 koncepcje - po jednej dla każdego wzoru /dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy).**
- Nadzór na wdrożeniu w zakresie zaprojektowanego produktu – Oferent winien uwzględnić, iż zakres usługi obejmuje nadzór nad zaprojektowanym produktem polegający na uwzględnieniu w dokumentacji projektowej wprowadzenia wszystkich zmian, korekt wymiarowych do momentu zakończenia procesu prototypowania produktu będącego przedmiotem wdrożenia.

4. PODNOŚNIKI MOTOCYKLOWE-MOBILNE

W ramach linii produktowej GMOTO WORKSHOP oferta powinna być poszerzona również o zestaw podnośników ułatwiający manewrowanie motocyklem w ciasnych garażowo-warsztatowych przestrzeniach. W skład zestawu wchodzi:

- podnośnik przedniego koła - 1 wzór,
- podnośnik tylnego koła (monowahacz) - 1 wzór,
- podnośnik tylnego koła (wahacz klasyczny, wahacz z rolkami) – 1 wzór

Produkt powinien być dostępny w trzech wersjach, a mianowicie:

- a) podnośnik przedniego koła;
- b) podnośnik tylnego koła (monowahacz);
- c) podnośnik tylnego koła (wahacz klasyczny, wahacz z rolkami).

Zestaw podnośników znacząco usprawni manewrowanie motocyklem w ciasnych garażowych przestrzeniach. Bazowy zestaw powinien składać się z podnośnika przedniego i tylnego koła. Konstrukcja podnośnika tylnego koła powinna uwzględniać wszystkie popularne rodzaje podpierania tylnego wahacza (monowahacz, wahacz klasyczny, wahacz z rolkami). Wyposażony w przemysłowe, wytrzymałe wielokierunkowe kółka pozwalające na precyzyjne poruszanie nawet bardzo dużym motocyklem po twardej i nierównej powierzchni.

Ułatwiają one manewrowanie motocyklem, co jest bardzo istotne w odniesieniu do komfortu realizacji prac serwisowych. Kółka zapewniają bezpieczną, przewidywalną i nieprzerwaną trakcję w każdym kierunku - użytkownik może poruszać swoim motocyklem na boki i omijać pojazdy na milimetry.

Zakres usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego:

- Podnośniki motocyklowe-mobilne (podnośnik przedniego koła - 1 wzór /2 koncepcje/dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy);
- Podnośnik tylnego koła (monowahacz) - 1 wzór/2 koncepcje/dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy);
- Podnośnik tylnego koła (wahacz klasyczny, wahacz z rolkami) – 1 wzór/2 koncepcje/dopracowanie jednej wybranej (projekt wzorniczy)
- Nadzór na wdrożeniu w zakresie zaprojektowanego produktu – Oferent winien uwzględnić, iż zakres usługi obejmuje nadzór nad zaprojektowanym produktem polegający na uwzględnieniu w dokumentacji projektowej wprowadzenia wszystkich zmian, korekt wymiarowych do momentu zakończenia procesu prototypowania produktu będącego przedmiotem wdrożenia.

OPRACOWANIE MODELOWEGO PROCESU ROZWOJU NOWEGO PRODUKTU

Wykonawca winien opracować dla GMOTO proces rozwoju nowego produktu tj. winien zostać opracowany schemat związany z zaprojektowaniem, a następnie wdrożeniem do produkcji i sprzedaży nowego produktu. Modelowy proces winien nie tylko uwzględniać schemat projektowania produktu, ale również aspekty związane z badaniami marketingowymi w zakresie preferencji potencjalnych nabywców/odbiorców produktu.

PROJEKTOWANIE MARKI

1. BADANIE ILOŚCIOWE I JAKOŚCIOWE POTRZEB KONSUMENTÓW NA RYNKU MOTOCYKLOWYM

Wydatek związany z planowaniem strategicznym marki i komunikacji marketingowej w odniesieniu do GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.

Planowane etapy realizacji projektu:

- a) Opracowanie ogólnych założeń badań.
- b) Zebranie ofert na realizację badań od wybranych firm badawczych.
- c) Wyłonienie finalnego wykonawcy projektu.
- d) Opracowanie szczegółowej metodyki, dobór właściwej próby badawczej oraz przeprowadzenie badania.
- e) Dostarczenie raportu z badań.

Zakres realizacji jest następujący:

Badanie ilościowe (grupa max 50 osobowa) i jakościowe potrzeb konsumentów (od 4-8 osób) na rynku motocyklowym. Przedmiotem prac są badania ilościowe oraz jakościowe świadomości i rozpoznawalności marki pod kątem wykorzystania wniosków z badań w procesach projektowania strategii marketingowej (i projektowania będącego jej następstwem).

Prace obejmują:

- przygotowanie badań (hipoteza badawcza, identyfikacja respondentów, aranżacja kanału badań, przygotowanie scenariusza i kwestionariusza badań),
- realizację badań (kwestionariusz pytań zamkniętych i otwartych na próbie min. kilkudziesięciu respondentów - w razie potrzeby w 2 turach, wywiad pogłębiony w formule CAPI/ CAWI/ CATI jednorazowo na grupie do 10 osób),
- syntezę wyników, ich prezentację i implementację,
- dokumentację badań.

2. ZAPROJEKTOWANIE STRATEGII KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ WRAZ Z PLANEM KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ DLA GMOTO.PL W POWIĄZANIU Z GMOTO LIFE I GMOTO WORKSHOP

Wydatek związany z planowaniem strategicznym marki i komunikacji marketingowej w odniesieniu do GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.

Planowane etapy realizacji projektu:

- Opracowanie briefu strategicznego i dobór wykonawcy.
- Dobór kanałów komunikacji marketingowej, w relacji do celów stawianych przed nią.
- Zaprojektowanie kluczowych akcji oraz komunikatów marketingowych, w wykorzystywanych kanałach wymiany informacji z rynkiem.
- Opracowanie wskaźników pomiaru skuteczności podejmowanych działań marketingowych.
- Opracowanie 12 miesięcznego planu działań marketingowych na rynku polskim.

Prace obejmują:

- przeprowadzenie audytu marketingowego w obszarach produktu, ceny i dystrybucji,
- przeprowadzenie audytu instrumentów i narzędzi komunikacji marki (w tym audytu komunikacyjnego sklepu internetowego wraz z rekomendacjami pod kątem przyszłych działań),
- zaprojektowanie strategii marketingowej na rynek polski i niemiecki wraz z rekomendowanym harmonogramem jej realizacji - w tym:

zdefiniowanie: celów S-T-O, grup docelowych, ścieżki nabywcy/ procesu decyzyjnego/ propozycji wartości, cech przekazów werbalnych, cechy przekazów wizualnych,

opracowanie wytycznych do powielania przekazów, rzeczowego harmonogramu komunikacji - chronologicznego wykazu instrumentów i narzędzi angażowanych na kolejnych etapach realizacji, w tym: zaprojektowanie strategii komunikacji marketingowej w social media, zaprojektowanie taktyk komunikacji w obrębie tzw. marketingu on-site wraz z wdrożeniem wybranych systemów umożliwiających wsparcie komunikacji marketingowej, w trakcie wizyty użytkownika na stronie, zaprojektowanie zautomatyzowanych scenariuszy komunikacji marketingowej wraz z testami ich skuteczności z użyciem wybranego systemu marketing automation,

- projektowanie: skład dokumentu.

3. NAMING, ZAPROJEKTOWANIE SLOGANÓW REKLAMOWYCH ORAZ TREŚCI NA RZECZ URYNKOWIENIA GMOTO LIFE I GMOTO WORKSHOP.

Wydatek związany z wdrożeniem nowych instrumentów wzorniczych komunikacji oraz promocji marki Gmoto.pl, w powiązaniu z GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.

Planowane etapy realizacji projektu:

- opracowanie 3 koncepcji różnych nazw i sloganów głównych na rzecz określenia właściwej identyfikacji rynkowej GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP, wraz z uzasadnieniem.
- wybór i akceptacja wybranych koncepcji wraz z opracowaniem ich modyfikacji w odniesieniu do poszczególnych kanałów komunikacji z rynkiem GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP;
- opracowanie zestawu treści oraz kluczowych treści komunikatów reklamowych na rzecz promocji GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.

Prace obejmują:

- modernizację komunikatów marketingowych identyfikujących główne przewagi konkurencyjne marki,
- opracowanie kluczowych werbalnych komunikatów wiodących: naming, claim, tagi, copywriting dla maksymalnie 5 wzorów materiałów promocyjnych z dziedziny PR, reklamy, marketingu bezpośredniego, sprzedaży osobistej i promocji sprzedaży.

Etapy realizacji:

1. Opracowanie 3 koncepcji różnych nazw i sloganów głównych na rzecz określenia właściwej identyfikacji rynkowej GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP, wraz z uzasadnieniem.
2. Wybór i akceptacja wybranych koncepcji wraz z opracowaniem ich modyfikacji w odniesieniu do poszczególnych kanałów komunikacji z rynkiem GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.
3. Opracowanie zestawu treści oraz kluczowych treści komunikatów promocyjnych na rzecz promocji GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP (wzorce komunikatów: PR, reklamy, marketingu bezpośredniego, sprzedaży osobistej i promocji sprzedaży).

4. PROJEKTOWANIE GRAFICZNE MATERIAŁÓW DIGITAL MARKETINGOWYCH DLA GMOTO LIFE I GMOTO WORKSHOP

Wydatek związany z wdrożeniem nowych instrumentów wzorniczych komunikacji oraz promocji marki Gmoto.pl, w powiązaniu z GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.

W ramach usługi realizowane zostaną następujące działania:

- zaprojektowanie aplikacji mobilnej GMOTO, integrującej społeczność skupioną wokół marki;
- zaprojektowanie interfejsu konwersacyjnego dla CHATBOTA, umożliwiającego automatyzację komunikacji marketingowej za pośrednictwem aplikacji messenger w serwisie Facebook.com.
- zaprojektowanie zautomatyzowanych scenariuszy komunikacji marketingowej wraz z testami ich skuteczności z użyciem wybranego systemu Marketing Automation.

Prace obejmują:

- zaprojektowanie (projekt funkcjonalności i graficzny) interfejsu konwersacyjnego dla chatbota, umożliwiającego automatyzację komunikacji marketingowej za pośrednictwem aplikacji messenger w serwisie facebook.com,
- zaprojektowanie (projekt funkcjonalności i graficzny) aplikacji mobilnej integrującej społeczność marki,
- zaprojektowanie (projekt funkcjonalności i graficzny) nowego serwisu internetowego spełniającego wytyczne opracowanej strategii marketingu.

Etapy realizacji:

1. Opracowanie wykazu formatów digital niezbędnych w prowadzeniu komunikacji oraz promocji GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.
2. Zaprojektowanie 2 alternatywnych wersji key visual dla GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP osobno dedykowanych komunikacji w obszarze digital.
3. Zaprojektowanie zestawu materiałów digital marketingowych: grafiki w różnych formatach dostosowanych do mediów, grafiki kanałów social media, grafiki pozycjonujące kluczowe komunikaty GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP (do 5 wzorów).

5. PROJEKTOWANIE GRAFICZNE MATERIAŁÓW MARKETINGOWYCH BTL DLA GMOTO LIFE I GMOTO WORKSHOP

Wydatek związany z wdrożeniem nowych instrumentów wzorniczych komunikacji oraz promocji marki Gmoto.pl, w powiązaniu z GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP. Kampanie BTL są kierowane do celowo wybranych grup odbiorców. Zaprojektowane zostaną: materiały POS, standy reklamowe (na targi) oraz inne materiały promocyjne - gadżety, takie jak: podstawki pod myszkę, tabliczki informacyjne, naklejki, kalendarze.

Etapy realizacji:

1. Opracowanie wykazu materiałów BTL niezbędnych w prowadzeniu komunikacji oraz promocji GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP w oparciu o analizę kluczowych touchpointów (punktów styku).
2. Zaprojektowanie 2 alternatywnych wersji key visual dla GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP osobno, dedykowanych komunikacji marketingowej BTL.
3. Zaprojektowanie wzorów materiałów BTL: katalogi wzornicze, ulotki, akcydensy, inserty prasowe, etc. dla GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP (do 5 wzorów).

6. ZAPROJEKTOWANIE MATERIAŁÓW OPRAWY PRODUKTU – OPAKOWAŃ

Wydatek związany z wdrożeniem nowych instrumentów wzorniczych komunikacji oraz promocji marki Gmoto.pl, w powiązaniu z GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP. Folie na drobne elementy powinny mieć jakiś wyznacznik, który mógłby wyróżnić produkt i pomóc zapamiętać jego producenta. Produktom większym tj. podnośniki powinno

towarzyszyć dedykowane pułdo. Dobrą praktyką jaką prowadzi GMOTO jest wprowadzenie elementów promocyjnych (reklamówek) do sklepu stacjonarnego. Wszystkie elementy powinny mieć spójną estetykę. Efektem działania powinny być grafiki w różnych formatach dostosowanych do mediów, grafiki kanałów social media, grafiki pozycjonujące kluczowe komunikaty GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.

1. Opracowanie wykazu opakowań niezbędnych w prowadzeniu sprzedaży online Gmoto.pl.
2. Zaprojektowanie 2 alternatywnych stylów opakowań autorskich produktów Gmoto.pl.
3. Zaprojektowanie wzorów opakowań autorskich produktów Gmoto.pl, 5 form opakowań, manual tworzenia opakowań.

7. ZAPROJEKTOWANIE DNA MARKI, NOWEJ ARCHITEKTURY MARKI WRAZ ZE STRATEGIĄ MARKI GMOTO.PL W POWIĄZANIU Z GMOTO LIFE I GMOTO WORKSHOP

Wydatek związany z planowaniem strategicznym marki i komunikacji marketingowej w odniesieniu do GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.

Planowane etapy realizacji projektu:

- a) Dobór właściwego wykonawcy projektu na podstawie opracowanych kryteriów kwalifikacji.
- b) Zaprojektowanie architektury marki GMOTO.
- c) Zaprojektowanie DNA marki GMOTO wraz z projektowaniem nazewnictwa nowych elementów ujętych w jej architekturze.
- d) Identyfikacja grup docelowych.
- e) Zaprojektowanie cech tożsamości, archetypu oraz symboliki marki.
- f) Zaprojektowanie racjonalnych i emocjonalnych wyróżników marki:

- Unique Values Proposition,
- Unique Selling Proposition

na punktach styku konsumenta z marką.

Prace obejmują:

- audyt spójności marki w wykorzystywanych kanałach komunikacji z rynkiem (przekazanie w formie: wniosek - insight),
- zdefiniowanie UBP (unique brand proposition), celów S-T-O (strategicznym, taktycznym, operacyjnym), grup docelowych, big idea,
- wymiarowanie, segmentację, architekturę marki, wytyczne dla komunikacji werbalnej i wizualnej,
- projektowanie DNA marki (key visual + 5 wzorów materiałów stanowiących implementację DNA).

8. ZAPROJEKTOWANIE NOWEGO DNA MARKI ORAZ SYSTEMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ GMOTO.PL W POWIĄZANIU Z GMOTO LIFE I GMOTO WORKSHOP

Wydatek związany z wdrożeniem nowych instrumentów wzorniczych komunikacji oraz promocji marki Gmoto.pl, w powiązaniu z GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.

Planowane etapy realizacji projektu:

- a) opracowanie DNA marki Gmoto.pl oraz powiązanego z nim DNA GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP;
- b) opracowanie 2 alternatywnych koncepcji powiązanego systemu identyfikacji wizualnej Gmoto.pl, GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP;
- c) Zaprojektowanie systemu identyfikacji wizualnej Gmoto.pl, GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP wraz z opracowaniem reguł wzorniczych jego prawidłowego zastosowania, Brandbook.

Prace obejmują:

- opracowanie systemu identyfikacji wizualnej wraz z elementami architektury marki oraz design language dla marki.

Etapy realizacji:

1. Opracowanie DNA marki Gmoto.pl oraz powiązanego z nim DNA GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.
2. Opracowanie 2 alternatywnych koncepcji powiązanego systemu identyfikacji wizualnej Gmoto.pl, GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP.
3. Zaprojektowanie systemu identyfikacji wizualnej Gmoto.pl, GMOTO LIFE i GMOTO WORKSHOP (znaki marek + 5 wzorów materiałów je implementujących) wraz z opracowaniem reguł wzorniczych jego prawidłowego zastosowania.

UWAGA!!! ZE WZGLĘDU NA KOMPLEMENTARNY CHARAKTER USŁUG OPISANYCH W SEKCJI PROJEKTOWANIE PRODUKTÓW ORAZ W SEKCJI PROJEKTOWANIE MARKI NIE DOPUSZCZA SIĘ MOŻLIWOŚCI SKŁADANIA OFERT CZĘŚCIOWYCH. DZIAŁANIA OPISANE W OBYDWU SEKCJACH ZAMÓWIENIA MUSZĄ BYĆ REALIZOWANE RÓWNOLEGLE PRZEZ JEDNEGO WYKONAWCĘ, PONIEWAŻ DZIAŁANIA TE SĄ ŚCISLE ZE SOBA ZWIĄZANE. W PROJEKTOWANYCH PRODUKTACH MUSI BYĆ ZAIMPLEMENTOWANE DNA PROJEKTOWANEJ MARKI KONSUMENCKIEJ.

PRZY WYCENIE WARTOŚCI USŁUG PROSIMY O DOSTOSOWANIE SIĘ DO UKŁADU ZAWARTEGO W FORMULARZU OFERTOWYM

WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG PROJEKTOWANIE PRODUKTÓW

Zespół odpowiedzialny za realizację usługi składać się powinien z co najmniej następujących specjalistów:

- a) Project Manager,
- b) Projektant 2D i 3D,
- c) Projektant produktu,
- d) Specjalista ds. materiałów,
- e) Specjalista ds. technologii,

Minimalny skład zespołu to 3 osoby – jedna osoba może pełnić 2 funkcje w zespole (np. projektant produktu może pełnić również funkcję project managera).

Wymagania co do zespołu to m.in.: co najmniej 2 lata doświadczenia każdego z członków w pracy w zakresie projektowania produktów.

WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG PROJEKTOWANIE MARKI

Zespół odpowiedzialny za realizację usługi składać się powinien z co najmniej następujących specjalistów:

- a) Project Manager,
- b) Specjalista ds. strategii marki,
- c) Copywriter,
- d) Specjalista ds. marketingu,
- e) Projektant 2D/3D.

Minimalny skład zespołu to 3 osoby – jedna osoba może pełnić 2 funkcje w zespole (projektant 2D i 3D może pełnić funkcję specjalisty ds. marketingu).

Wymagania co do zespołu to m.in.: co najmniej 2 lata doświadczenia każdego z członków w pracy w zakresie projektowania marki.

SPOTKANIA KONSULTACYJNE

Usługi powinny odbywać się przy aktywnej współpracy ze Zleceniodawcą. W związku z powyższym w trakcie realizacji usług konieczne będzie **co najmniej 12 spotkań konsultacyjnych ekspertów Wykonawcy z przedstawicielami Zleceniodawcy.**

Wymagania w zakresie spotkań konsultacyjnych*:

- w spotkaniach musi każdorazowo brać udział co najmniej 2 osoby spośród zespołu odpowiedzialnego za realizację usługi,
- każde spotkanie trwać będzie co najmniej 3 godziny (180 minut),
- Zamawiający o spotkaniu winien powiadomić Wykonawcę co najmniej 2 dni robocze przed planowanym terminem spotkania. W trakcie realizacji usługi Wykonawca może maksymalnie dwa razy dokonać zmiany terminu spotkania ustalonego przez Zamawiającego.

*Z UWAGI NA OBECNĄ SYTUACJĘ ZWIĄZANĄ Z PANDEMIĄ KORONAWIRUSA DOPUSZCZALNE JEST ODBYCIE SPOTKAŃ W FORMIE WIDEOKONFERENCJI. JEDNAKŻE W MOMENCIE UNORMOWANIA SIĘ SYTUACJI W KRAJU PREFEROWANĄ FORMĄ SPOTKAŃ KONSULTACYJNYCH JEST OSOBISTE STAWIENIE SIĘ KONSULTANTÓW W SIEDZIBIE ZAMAWIAJĄCEGO.

METODOLOGIA REALIZACJI USŁUGI

Metodologia realizacji usługi winna uwzględniać wszystkie wyszczególnione informacje w niniejszym zapytaniu, w tym m.in.:

- specyfikę realizacji usługi,
- zakres prac projektowych,
- specyfikę założeń projektowych i konstrukcyjnych,
- specyfikę branży.

Metodologia winna zostać szczegółowo opisana w dokumencie Plan realizacji usługi. Do zadań Oferentów należy odpowiednie przedstawienie metodologii realizacji usługi i uzasadnienie, iż jest ona adekwatna do przedmiotu niniejszego zapytania ofertowego oraz do branży, w której działa Zamawiający. Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia ofert, w przypadku, gdy uzna, iż zaproponowana metodologia jest nieadekwatna do zakresu realizacji usługi lub do branży Zamawiającego. Oferenci winni zastosować się do minimalnych limitów znaków w zakresie opisu metodologii realizacji usługi oraz uzasadnienia metodologii.

INFORMACJE DODATKOWE

Oferent winien przedstawić proponowany przez siebie do realizacji Plan realizacji usługi zgodnie z załączonym wzorem. Plan w szczególności odnosi się do:

- zakresu merytorycznego realizowanej usługi,
- harmonogramu realizowanej usługi,
- przypisania poszczególnych ekspertów do zadań,
- wskazania metodologii realizowanej usługi.

II. WSPÓLNY SŁOWNIK ZAMÓWIEŃ (CPV):

79410000-1 – usługi doradcze w zakresie działalności gospodarczej i zarządzania,

73220000-0 – usługi doradcze w zakresie rozwoju,

79421200-3 – usługi projektowe inne niż w zakresie robót budowlanych.

85312320-8 – usługi doradztwa,

79340000-9 – usługi reklamowe i marketingowe

III. TERMIN WYKONANIA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

→ Kompletna usługa musi zostać zrealizowana maksymalnie do dnia **31.03.2022. r.**

Planowana jest etapowa realizacja zamówienia:

- *Etap 1 do 30.09.2021 r. - Faza koncepcyjna: generowanie koncepcji wzorniczych, projektowanie marki.*
- *Etap 2: od 01.10.2021 r. do 31.12.2021 r. – Faza projektowa: realizacja właściwych projektów wzorniczych.*
- *Etap 3: od 01.01.2022 r. do 31.03.2022 r. – Faza wdrożeniowa: nadzór nad wdrożeniem, ewentualne modyfikacje.*

→ Wykonawca zobowiązuje się do podpisania umowy w terminie i miejscu wskazanym przez Zamawiającego. Planowany termin podpisania umowy – **luty 2021 r.**

Niedotrzymanie określonego terminu wiązało się będzie z naliczaniem kar umownych w wymiarze 200 PLN za każdy przekroczony dzień. W przypadku, gdy opóźnienie na jakimkolwiek etapie realizacji zamówienia przekroczy 30 dni Zamawiający zastrzega sobie możliwość rozwiązania umowy z winy Wykonawcy.

IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

O realizację powyżej opisaną usługą mogą się ubiegać wszystkie podmioty, które:

- a) Dysponują co najmniej 3-osobowym zespołem projektowym spełniającym wymogi określone w zapytaniu ofertowym.
- b) Przedstawią plan (metodykę) realizacji usługi, która jest adekwatna do przedmiotu zamówienia i branży, w której działa Zamawiający.
- c) **Posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu wzorniczym produktów i usług oraz wdrożeniu ich na rynek – minimum 3 zrealizowane usługi w ostatnich 5 latach, w tym:**
 - *minimum 1 zrealizowana usługa projektowania produktów z metalu - minimum 3 produkty zaprojektowany i wdrożony na rynek w ostatnich 5 latach)*
 - *minimum 1 zrealizowana usługa projektowania produktów dla branży motoryzacyjnej – minimum 1 produkt zaprojektowany i wdrożony na rynek w ostatnich 5 latach)*
- d) **Posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu lub przeprojektowaniu marek wdrożonych na rynek - minimum 3 zrealizowane usługi w ostatnich 5 latach, w tym:**
 - *minimum 3 nowe marki kompleksowo zdefiniowane (w ramach usługi zaprojektowano DNA marki, identyfikacji wizualnej, strategię marki, plan komunikacji marketingowej) - minimum 3 marki zaprojektowane i wdrożone na rynek w ostatnich 5 latach)*
 - *minimum 1 marka z branży motoryzacyjnej bądź pokrewnej, która została zaprojektowana bądź przeprojektowana, a następnie wdrożona na rynek w ciągu ostatnich 5 lat*
- e) Wpłacą wadium zgodnie z rozdziałem nr XIV niniejszego zapytania ofertowego,
- f) Nie są powiązane z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo, tzn. nie występują wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:
 - uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
 - posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji,
 - pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
 - pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

V. WARUNKI DODATKOWE

- a) Prowadzenia dokumentacji zgodnie z wytycznymi obowiązującymi dla Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020.
- b) Poddania się niezapowiedzianym kontrolom przez PARP bądź inne instytucje zaangażowane w proces zarządzania funduszami UE.
- c) Zmiana członków zespołu realizującego usługę będącą przedmiotem niniejszego zapytania ofertowego może być dokonana wyłącznie za pisemną zgodą Zamawiającego. Niedopuszczalna jest zmiana kadry na osoby o mniejszym doświadczeniu czy niższych kompetencjach. W sytuacjach losowych związanych ze zmianą kadry Wykonawca winien do pisma z prośbą o zmianę dostarczyć komplet obiektywnych dokumentów potwierdzających okoliczności losowe (np. zaświadczenie z pobytu w szpitalu).
- d) Wykonawca po zrealizowaniu usługi przeniesie na Zamawiającego całość praw autorskich, majątkowych, twórczych i praw zależnych w zakresie wszelkich utworów powstałych w wyniku przeprowadzenia usługi.
- e) Wykonawca będzie zobligowany do podpisania klauzuli poufności w zakresie tajemnic Zamawiającego. Konsekwencją złamania tej klauzuli będą kary finansowe dla Wykonawcy w wysokości 50 tysięcy złotych (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych).
- f) Do opracowanych materiałów w ramach usługi uwagi wносить może Zamawiający - Wykonawca winien uwzględnić wskazane uwagi i zastrzeżenia.
- g) W ramach wynagrodzenia za świadczoną usługę doradczo-projektową odrębnie dla każdej części Wykonawca winien skalkulować wszelkie koszty ponoszone w związku z realizacją usługi m.in.:
 - wynagrodzenie Wykonawcy,
 - opracowanie i wydruk materiałów dotyczących procesu projektowego,

- dojazd do Zamawiającego (w związku z koniecznością zrealizowania spotkań konsultacyjnych),
 - wydatki bieżące związane z pracą Wykonawcy – telefon, materiały biurowe itp.
- h) Po zakończeniu świadczenia usługi Wykonawca winien przedstawić:
- kolorowe wizualizacje projektów wzorniczych,
 - pełną dokumentacją projektową,
 - dokumentację wykonawczą,
 - powyższa dokumentacja winna być dostarczona na zewnętrznym nośniku danych w formacie .pdf.
- i) Zamawiający zastrzega sobie możliwość prowadzenia bieżącego nadzoru na każdym etapie realizacji zamówienia. Sposób i rodzaj nadzoru będą doprecyzowane przed podpisaniem umowy.

VI. WYMAGANE ZAŁĄCZNIKI

Oferent, aby mógł ubiegać się o realizację powyższej usługi musi złożyć następujące dokumenty:

1. Formularz ofertowy – **załącznik nr 1 do zapytania ofertowego.**
2. Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – **załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.**
3. Aktualny wypis z Krajowego Rejestru Sądowego lub wypis z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej lub inny dokument zaświadczący o prowadzonej działalności, nie starszy niż trzy miesiące.
4. Dokument potwierdzający dokonanie przelewu dot. wpłaty wadium.
5. Plan realizacji usługi – zgodnie z załączonym wzorem dokumentu – **załącznik nr 3 do zapytania ofertowego.**
6. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu wzorniczym produktów i usług oraz wdrożeniu ich na rynek – minimum 3 zrealizowane usługi w ostatnich 5 latach (szczegółowy opis, co do zawartości zestawienia znajduje się w rozdziale IV. „WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU”) - **załącznik nr 4A do zapytania ofertowego.**
7. Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu lub przeprojektowaniu marek wdrożonych na rynek – minimum 3 zrealizowane usługi w ostatnich 5 latach (szczegółowy opis, co do zawartości zestawienia znajduje się w rozdziale IV. „WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU”) - **załącznik nr 4B do zapytania ofertowego.**
8. CV osób dedykowanych do realizacji usługi spełniających wymogi wskazane w niniejszym zapytaniu ofertowym w rozdziale I.A. SZCZEGÓŁOWY ZAKRES USŁUGI -WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG wraz z portfolio realizowanych usług. W przypadku zaangażowania osób na podstawie umów cywilnoprawnych należy przedstawić deklaracje tych osób w zakresie współpracy wraz z informacją, iż posiadają one wiedzę o składanej ofercie. Wymóg ten nie obowiązuje w przypadku wykazywania osób zatrudnionych na podstawie umów o pracę bądź właścicieli/wspólników Oferenta.

Powyższe załączniki należy przedstawić w oryginale lub poświadczyć za zgodność z oryginałem. Powyższy sposób poświadczenia zgodności dotyczy każdej strony dokumentu osobno, przedstawionego jako kserokopia. Potwierdzenia za zgodność dokonuje osoba do tego upoważniona, która podpisuje ofertę. W przypadku przedstawienia kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem wybrany Oferent będzie zobowiązany przed podpisaniem umowy do przedstawienia oryginałów tych dokumentów.

W sytuacji gdy Oferent przedłoży dokumenty, z których nie będzie jednoznacznie wynikało, iż spełnia wymogi określone w niniejszym zapytaniu Oferta taka zostanie ODRZUCONA. Przykładowo: jeśli w zestawieniu referencji dla ekspertów bądź dla Oferenta nie będzie wskazany okres realizacji usługi oznaczało to będzie nie spełnienie wymogów (brak możliwości weryfikacji czy wymogi te zostały spełnione w ostatnich 5 latach), jeśli referencje dla ekspertów bądź dla Oferenta nie będą wskazywały faktu wdrożenia produktów czy usług będących przedmiotem strategii rozwoju produktów oznaczało to będzie nie spełnienie wymogów (brak możliwości weryfikacji czy doszło do wdrożenia produktów/ wyrobów/ usług).

Ponadto, Oferent jest zobowiązany przestrzegać limitów znaków wymaganych w załącznikach – w przypadku braku minimalnego wymaganego opisu merytorycznego (minimalne limity znaków) – w takich sytuacjach Oferent na własną odpowiedzialność podejmuje ryzyko, iż Zamawiający odrzuci ofertę z powodu nie spełnienia wymogów merytorycznych

(niewystarczający/niepełny opis merytoryczny). Tym samym Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia oferty, jeśli nie zostaną dopełnione minimalne ilości znaków wskazane z załącznikami do oferty. Dotyczy to zwłaszcza wymogu związanego z adekwatnością przedstawionego planu realizacji usługi oraz przedstawionej metodologii do branży, w której działa Zamawiający oraz działalności prowadzonej przez Zamawiającego. Zamawiający nie dopuszcza możliwości uzupełniania treści oferty czy załączników – kryteria oceny będą dokonywane wyłącznie na podstawie dokumentów, które wpłynęły wraz z ofertą.

VII. KRYTERIA WYBORU OFERTY

Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą, zgodnie z poniższymi kryteriami:

Lp.	kryteria oceny ofert	Waga	maksymalna liczba punktów
A.	Cena netto w PLN lub EUR*	40%	40
B.	Ilość osób delegowanych do realizacji usługi zatrudnionych na umowę o pracę	30%	30
C.	ilość osób z doświadczeniem w projektowaniu produktów dla branży motoryzacyjnej	15%	15
D.	ilość osób z doświadczeniem w projektowaniu marki dla branży motoryzacyjnej	15%	15

*w przypadku podania ceny w walucie obcej, przeliczenie nastąpi wg kursu średniego Narodowego Banku Polskiego z dnia otwarcia ofert.

VIII. OPIS SPOSOBU PRYZNAWANIA PUNKTACJI ZA SPEŁNIENIE DANEGO KRYTERIUM OCENY OFERTY

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:

Ocena = A + B + C, gdzie:

Ad. A. Kryterium **Cena netto w PLN lub EUR** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- najniższa zaproponowana cena netto za wykonanie przedmiotu zamówienia/cena badanej oferty netto za wykonanie przedmiotu zamówienia) x 40 punktów

Przy czym, jeżeli cena oferty wyda się rażąco niska w stosunku do przedmiotu zamówienia i budzić będzie wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi przez Zamawiającego lub wynikającego z odrębnych przepisów, w szczególności jest niższa o 30% od wartości zamówienia lub średniej arytmetycznej cen wszystkich ofert, Zamawiający zwróci się o udzielenie wyjaśnień w określonym terminie dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny, spoczywa na Wykonawcy. Zamawiający oceniając wyjaśnienia, bierze pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności oszczędność metody wykonania zamówienia, wybrane rozwiązania techniczne, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonania zamówienia dostępne dla Wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów. Zamawiający odrzuca ofertę wykonawcy, który nie złożył wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 40 punktów.

Ad. B Kryterium **Ilość osób delegowanych do realizacji usługi zatrudnionych na umowę o pracę** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- (Ilość osób delegowanych do realizacji usługi zatrudnionych na umowę o pracę w ramach ocenianej oferty/ najwyższa ilość osób delegowanych do realizacji usługi zatrudnionych na umowę o pracę w ramach ocenianych ofert) x 30 punktów

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta oraz pozostałych załączników (w tym m.in. CV).

W odniesieniu do tego kryterium należy mieć na uwadze, że do oceny kryterium punktowego wliczone zostaną tylko te osoby, które spełniają wymogi odnośnie doświadczenia opisane w akapicie pn. WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 30 punktów.

Ad. C Kryterium **ilość osób z doświadczeniem w projektowaniu produktów dla branży motoryzacyjnej** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- (ilość osób delegowanych do realizacji usługi z doświadczeniem w projektowaniu produktów dla branży motoryzacyjnej w ramach ocenianej oferty/ najwyższa ilość osób delegowanych do realizacji usługi z doświadczeniem w projektowaniu produktów dla branży motoryzacyjnej w ramach ocenianych ofert) x 15 punktów

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta oraz pozostałych załączników (w tym m.in. CV).

W odniesieniu do tego kryterium należy mieć na uwadze, że do oceny kryterium punktowego wliczone zostaną tylko te osoby, które spełniają wymogi odnośnie doświadczenia opisane w akapicie pn. WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 15 punktów.

Ad. D Kryterium **ilość osób z doświadczeniem w projektowaniu marki dla branży motoryzacyjnej** zostanie obliczone wg następującego wzoru:

- (ilość osób delegowanych do realizacji usługi z doświadczeniem w projektowaniu marki dla branży motoryzacyjnej w ramach ocenianej oferty/ najwyższa ilość osób delegowanych do realizacji usługi z doświadczeniem w projektowaniu marki dla branży motoryzacyjnej w ramach ocenianych ofert) x 15 punktów

Weryfikacja kryterium nastąpi na podstawie formularza ofertowego danego Oferenta oraz pozostałych załączników (w tym m.in. CV).

W odniesieniu do tego kryterium należy mieć na uwadze, że do oceny kryterium punktowego wliczone zostaną tylko te osoby, które spełniają wymogi odnośnie doświadczenia opisane w akapicie pn. WYMOGI CO DO ZESPOŁU ODPOWIEDZIALNEGO ZA REALIZACJĘ USŁUG.

Maksymalna liczba punktów jakie może otrzymać oferta w tym kryterium wynosi: 15 punktów.

Łączna ocena ofert:

Punkty uzyskane przez ofertę w ocenie oferty w Kryterium A, Kryterium B, Kryterium C i Kryterium D zostaną dodane do siebie i na tej podstawie zostanie obliczona łączna ocena oferty. Oferta w łącznej ocenie oferty może uzyskać maksymalnie 100 pkt.

Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta uzyska największą ilość punktów w łącznej ocenie ofert (łączna suma punktów uzyskanych przez Wykonawcę w kryterium A, B, C i D). Punkty będą liczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

W przypadku odmowy podpisania umowy przez wybranego Wykonawcę, Zamawiający może zawrzeć umowę z Wykonawcą, który spełnia wymagania zapytania ofertowego i którego oferta uzyskała kolejno najwyższą liczbę punktów.

IX. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

- a) ofertę należy przedstawić na załączonym do zapytania ofertowego formularzu,
- b) nieodłączny element oferty stanowią załączniki wymagane w pkt. VI niniejszego zapytania ofertowego,

- c) oferta może być wypełniona odręcznie lub komputerowo, jednak w przypadku wypełnienia odręcznego należy tego dokonać dużymi drukowanymi literami w sposób czytelny,
- d) dopuszcza się składanie ofert w języku polskim oraz angielskim,
- e) oferta musi być podpisana przez osobę do tego upoważnioną, która widnieje w Krajowym Rejestrze Sądowym, wypisie z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej lub innym dokumencie zaświadczającym o jej umocowaniu prawnym. W razie podpisania oferty przez osobę upoważnioną – wymagane przedłożenie do oferty pełnomocnictwa,
- f) wszystkie strony oferty wraz z załącznikami muszą być trwale spięte,
- g) wszelkie poprawki lub zmiany w treści muszą być parafowane przez osobę podpisującą ofertę,
- h) każdy z Wykonawców może złożyć tylko jedną ofertę,
- i) Zamawiający odrzuci ofertę niespełniającą warunków formalnych lub złożoną po terminie. Wykonawcy z tego tytułu nie przysługują żadne roszczenia,
- j) Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych,
- k) Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielania zamówień uzupełniających,
- l) Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany lub uzupełnienia treści niniejszego zapytania ofertowego przed upływem terminu na składanie ofert. Informacja o wprowadzeniu zmian lub uzupełnienia treści zapytania ofertowego zostanie przekazana Oferentom niezwłocznie w formie pisemnej (e-mail), jak również zostanie opublikowana na stronie internetowej Zamawiającego pod adresem www.gmoto.pl oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl,
- m) Zamawiający zastrzega sobie prawo odwołania lub unieważnienia oraz zakończenia postępowania bez wyboru Wykonawcy, bez podania przyczyn,
- n) na Oferencie ciąży obowiązek przedłożenia oferty spełniającej wszelkie wymogi formalne i merytoryczne. W sytuacji, gdy z przedłożonej oferty nie będzie jednoznacznie wynikało, iż spełnia ona wymagania określone w zapytaniu ofertowym wówczas Zamawiający odrzuci ofertę ze względu na niespełnianie wymogów. Z tego względu każdy Oferent winien szczegółowo przeanalizować wymagania stawiane środkom trwałym będących przedmiotem zapytania ofertowego i sporządzić specyfikację jednoznacznie odnoszącą się do wszystkich wymogów wskazanych przez Zamawiającego,
- o) Administratorem danych osobowych, które znajdują się w formularzu ofertowym oraz załącznikach do oferty jest GMOTO.PL Paweł Cebulak, Ul. Kościuszki 78, 37-100 Łańcut (w dalszej części określić jako GMOTO.PL Paweł Cebulak). GMOTO.PL Paweł Cebulak będzie przetwarzał dane osobowe w określonych celach, np. analizy przedłożonej oferty, zawarcia i realizacji umowy. Każdy Oferent ma prawo zażądać dostępu do treści danych, które go dotyczą – poprawić je, zaktualizować, sprostować, przenieść, usunąć lub ograniczyć ich przetwarzanie. Każdy Oferent może też wnieść sprzeciw wobec przetwarzania udostępnionych danych osobowych. Każdy z Oferentów ma prawo do wycofania wyrażonej zgody. Wycofanie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania danych sprzed wycofania zgody. Jeśli Oferent ma wątpliwości czy dane są prawidłowo przetwarzane przez GMOTO.PL Paweł Cebulak, to może wnieść skargę do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

X. SPOSÓB SKŁADANIA OFERTY

Ofertę/y należy złożyć w zamkniętej kopercie, opieczetowanej pieczęcią firmową Oferenta, adresem Zamawiającego (podanym poniżej) oraz zapisem: OFERTA NA REALIZACJĘ USŁUG DORADCZYCH ZWIĄZANYCH Z PROJEKTOWANIEM PRODUKTÓW W RAMACH PROJEKTU PN. „WZROST KONKURENCYJNOŚCI FIRMY GMOTO.PL W WYNIKU WDROŻENIA STRATEGII WZORNICZEJ”:

- a) osobiście w siedzibie przedsiębiorstwa GMOTO.PL Paweł Cebulak, Ul. Kościuszki 78, 37-100 Łańcut,
- b) pocztą, listem poleconym, kurierem na adres siedziby przedsiębiorstwa GMOTO.PL Paweł Cebulak, Ul. Kościuszki 78, 37-100 Łańcut.
- c) w wersji elektronicznej – ofertę wraz z załącznikami należy złożyć za pośrednictwem Bazy Konkurencyjności, postępując zgodnie z „Instrukcją oferenta w BK20212”¹

¹ https://archiwum-bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl/info/web_instruction

XI. TERMIN SKŁADANIA OFERT

Oferta musi zostać złożona w nieprzekraczalnym terminie, do dnia **17.02.2021 r., do godz. 15:00** w siedzibie przedsiębiorstwa GMOTO.PL Paweł Cebulak, ul. Kościuszki 78, 37-100 Łańcut. W przypadku złożenia oferty drogą pocztową, decyduje godzina wpływu oferty.

- Oferty dostarczone Zamawiającemu po terminie składania ofert nie będą rozpatrywane.
- Skuteczne złożenie oferty oznacza otrzymanie oferty przez Zamawiającego przed upływem terminu składania ofert. Zmiany albo wycofanie oferty przez oferenta przed upływem terminu składania ofert jest dopuszczalne.
- Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za przypadkowe otwarcie oferty przed upływem wyznaczonego terminu, w przypadku nieodpowiedniego oznakowania koperty.
- Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający podaje kwotę jaką przeznaczył na sfinansowanie zamówienia oraz ilość złożonych ofert. Natomiast po otwarciu ofert Zamawiający podaje ceny poszczególnych ofert, ilość osób delegowanych do realizacji usługi oraz ilość spotkań konsultacyjnych.
- Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie przedsiębiorstwa Zamawiającego po terminie składania ofert. Termin otwarcia ofert: **17.02.2021 r., o godz. 16:00**.
- Po otwarciu ofert Zamawiający dokona ich oceny. W trakcie oceny i badania ofert Zamawiający może wzywać oferentów do złożenia wyjaśnień dotyczących złożonych przez nich ofert.
- Kończąc procedurę oceny ofert Zamawiający podejmie decyzję o wyborze najkorzystniejszej oferty.
- Zamawiający sporządzi pisemny protokół z wyboru najkorzystniejszej oferty.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do niedokonania wyboru najkorzystniejszej oferty. W każdym czasie postępowania przetargowego dotyczącego wyboru wykonawcy, Zamawiający ma prawo do jego zakończenia bez wyboru jakiegokolwiek oferenta. Oferentom nie przysługują wobec Zamawiającego jakiegokolwiek roszczenia z tego tytułu.
- Zamawiający niezwłocznie powiadomi oferentów oraz ogłosi wyniki na swojej stronie internetowej Zamawiającego pod adresem www.gmoto.pl oraz na portalu Baza Konkurencyjności pod adresem www.bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl.

XII. TERMIN WAŻNOŚCI OFERTY

Wykonawca jest związany ofertą przez okres 40 dni kalendarzowych od dnia upływu terminu składania ofert.

XIII. INFORMACJA NA TEMAT ZAKRESU WYKLUCZENIA Z MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZAMÓWIENIA

Z możliwości realizacji zamówienia wyłączone są podmioty, które są powiązane osobowo lub kapitałowo z firmą GMOTO.PL Paweł Cebulak przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązanie między firmą GMOTO.PL Paweł Cebulak lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu firmy GMOTO.PL Paweł Cebulak lub osobami wykonującymi w imieniu firmy GMOTO.PL Paweł Cebulak czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a Wykonawcą, polegające w szczególności na:

- uczestniczeniu w spółce jako współnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
- posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji,
- pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
- pozostawaniu w takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności pozostawanie w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

Potwierdzeniem braku powiązań kapitałowych lub osobowych jest złożenie przez oferenta oświadczenia o braku występowania w/w powiązań na obowiązującym wzorze stanowiącym załącznik nr 2 do niniejszego zapytania ofertowego.

W przypadku złożenia oferty przez Wykonawcę powiązanego osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym, zostanie on wykluczony z udziału w postępowaniu ofertowym.

XIV. WADIUM

a) Zamawiający informuje, iż każdy Wykonawca ubiegający się o realizację zamówienia zobowiązany jest przed upływem terminu składania ofert tj. **17.02.2021 r., godzina 15:00** (Zamawiający uzna wadium za skuteczne, tylko wówczas, gdy bank prowadzący rachunek Zamawiającego potwierdzi, że otrzymał taki przelew przed upływem terminu składania ofert tj. najpóźniej – **17.02.2021 r., godzina 14:59:59**), do wniesienia w pieniądzu wadium w wysokości 2 000,00 złotych. Wadium należy wnieść na wskazany przez Zamawiającego rachunek bankowy w Bank PKO BP 80 1020 4391 0000 6602 0153 1789. Wadium musi obejmować cały okres związania ofertą. Wykonawca zobowiązany jest dołączyć do oferty kserokopię wpłaty wadium z potwierdzeniem dokonanego przelewu. Na poleceniu przelewu należy wpisać: „Wadium – ZAPYTANIE OFERTOWE DOT. REALIZACJI USŁUG DORADCZYCH POLEGAJĄCYCH NA PROJEKTOWANIU PRODUKTÓW I MARKI – GMOTO.PL” Zamawiający zatrzyma wadium, jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana, odmówi zawarcia umowy na warunkach określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym.

b) W przypadku wyłonienia Wykonawcy wniesione wadium zostanie zwrócone niezwłocznie po podpisaniu umowy z wyłonionym Wykonawcą.

c) Zamawiający zwraca wniesione wadium Wykonawcom, których oferty nie zostały wybrane, niezwłocznie (do 7 dni od daty upublicznienia informacji o wynikach postępowania ofertowego) po wyborze oferty najkorzystniejszej lub unieważnieniu postępowania.

d) Zamawiający zwróci niezwłocznie wadium na wniosek Wykonawcy, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert w przypadku zaistnienia dwóch przesłanek – wycofania oferty przed upływem terminu składania ofert oraz złożenia wniosku o zwrot wadium.

XV. WARUNKI DOKONANIA ZMIANY UMOWY

Zamawiający przewiduje możliwość zmiany umowy, w przypadku:

- gdy nastąpi zmiana powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu umowy,
- wystąpienia okoliczności niezależnych od Wykonawcy na uzasadniony wniosek Wykonawcy, pod warunkiem, że zmiana ta wynika z okoliczności, których Wykonawca nie mógł przewidzieć na etapie składania oferty i nie jest przez niego zawiniona, przypadków siły wyższej, uznanej przez Zamawiającego jako zdarzenie nadzwyczajne, zewnętrzne, niemożliwe do zapobieżenia (np. powódź, strajki, zamieszki, decyzje administracyjne, państwowe).

Wszelkie zmiany, jakie strony chciałyby wprowadzić do postanowień zawartej umowy, wymagają pod rygorem nieważności formy pisemnej i zgody obu stron (w drodze pisemnego aneksu).

XVI. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ DOTYCZĄCYCH TREŚCI ZAPYTANIA OFERTOWEGO

- Oferent może zwrócić się do Zamawiającego z prośbą o wyjaśnienie treści zapytania ofertowego tylko w formie pisemnej za pomocą poczty elektronicznej.
- Zamawiający udzieli wyjaśnień, jeżeli pisemne zapytanie wpłynie do niego nie później niż na 2 dni robocze przed upływem terminu składania ofert.
- Wszelkich informacji dotyczących procedury przeprowadzenia zamówienia, w tym technicznych aspektów przedmiotu zamówienia udziela **Pan Piotr Kawa**, e-mail: pk@gmoto.pl

XVII. ZAŁĄCZNIKI

- a) Wzór formularza ofertowego – **Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego**
- b) Wzór oświadczenia o braku powiązań osobowych lub kapitałowych pomiędzy Oferentem a Zamawiającym – **Załącznik nr 2 do zapytania ofertowego**
- c) Wzór planu realizacji usługi - **Załącznik nr 3 do zapytania ofertowego**
- d) Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu wzorniczym produktów i usług oraz wdrożeniu ich na rynek – minimum 3 zrealizowane usługi w ostatnich 5 latach - **Załącznik nr 4A do zapytania ofertowego**.

- e) Zestawienie potwierdzające, iż Oferenci posiadają udokumentowane doświadczenie w projektowaniu lub przeprojektowaniu marek wdrożonych na rynek– minimum 3 zrealizowane usługi w ostatnich 5 latach - **Załącznik nr 4B do zapytania ofertowego.**

Z poważaniem
Paweł Cebulak – Właściciel firmy