

PASIŪLYMŲ VERTINIMO PAGAL KAINOS IR KOKYBĖS SANTYKĮ TVARKA

1. Šiame priede pateikiami ekonomiškai naudingiausio Pasiūlymo vertinimo kriterijai, jų parametrai, lyginamieji svoriai, formulės, pagal kurias bus skaičiuojamas pasiūlymų ekonominis naudingumas, vertinimo metodikos aprašymas.
2. Visi reikalavimai taikomi pirmai ir antrai (abiems) pirkimo dalims, jei nėra nurodyta kitaip.
3. Perkančioji organizacija ekonomiškai naudingiausią pasiūlymą išrenka pagal kainos ir kokybės santykį. Tais atvejais, kai kelių dalyvių pasiūlymų ekonominis naudingumas yra vienodas, nustatant pasiūlymų eilę, pirmesnis į šią eilę įrašomas dalyvis, kurio pasiūlymas pateiktas anksčiausiai. Atliekant skaičiavimus, apvalinama šimtųjų tikslumu, t. y. surinkus pvz. 50,564 balų – apvalinama į 50,56, o surinkus 50,565 balų – apvalinama į 50,57.
4. Pagal šiame priede nustatytus vertinimo kriterijus bus vertinami techniniai dokumentai, kuriuos tiekėjai pateiks kartu su pasiūlymais iki pasiūlymų pateikimo termino pabaigos. Tiekėjas kartu su Pasiūlymu „Tinkamumo kriterijai“ ir „Techninis“ skiltyse privalo pateikti visus dokumentus, kuriais remiantis bus sprendžiamas balų paskirstymas pagal T vertinimo kriterijus. Po pasiūlymo pateikimo termino pabaigos šių dokumentų pateikti nebus galima. Tiekėjas turi atidžiai pateikti visą informaciją ir dokumentus, kad Perkančioji organizacija galėtų objektyviai suteikti balus pagal šio priedo reikalavimus.
5. Pasiūlymo vertinimo kriterijai ir lyginamieji svoriai **1 pirkimo objekto daliai:**

Vertinimo kriterijai	Suteikiamas balų skaičius	Lyginamasis svoris, atliekant ekonominio naudingumo įvertinimą
I kriterijus (C) Pasiūlymo kaina (Eur su PVM) Vertinama palyginamoji pasiūlymo kaina eurai, įskaitant visus mokesčius (taip pat ir PVM, jei taikoma) ir visas tiekėjo išlaidas, susijusias su sutarties vykdymu.		X=20
II kriterijus (T₁) Kūrybiškumas Kriterijaus T ₁ vertinimo tvarka pateikta lentelėje „Pasiūlymų vertinimas“.	Minimalus balų sk. – 0 balų Maksimalus balų sk. – 7 balai	Y ₁ =25
III kriterijus (T₂) Tikslinių auditorijų įtraukimo planas Kriterijaus T ₂ vertinimo tvarka pateikta lentelėje „Pasiūlymų vertinimas“.	Minimalus balų sk. – 0 balų Maksimalus balų sk. – 7 balai	Y ₂ =25
IV kriterijus (T₃) Sutarties vykdymui pasitelkiamų specialistų darbo patirtis Kriterijaus T ₃ vertinimo tvarka pateikta lentelėje „Pasiūlymų vertinimas“:		Y ₃ =30
Projekto vadovo profesinė patirtis (privalo būti tas pats asmuo, kurio kvalifikacija bus	Minimalus balų sk. – 0 balų	Y _{3.1} =10

<i>vertinama pagal Pirkimo sąlygų 6 priedo 3.1 papunktį)</i>	Maksimalus balų sk. – 7 balai	
Skaitmeninės rinkodaros eksperto profesinė patirtis <i>(privalo būti tas pats asmuo, kurio kvalifikacija bus vertinama pagal Pirkimo sąlygų 6 priedo 3.2 papunktį)</i>		$Y_{3.2} = 8$
Strateginio konsultanto profesinė patirtis		$Y_{3.3} = 6$
Media planavimo specialisto profesinė patirtis		$Y_{3.4} = 6$

6. Pasiūlymo vertinimo kriterijai ir lyginamieji svoriai **2 pirkimo objekto daliai:**

Vertinimo kriterijai	Suteikiamas balų skaičius (R_p)	Lyginamasis svoris, atliekant ekonominio naudingumo įvertinimą
I kriterijus (C) Pasiūlymo kaina (Eur su PVM) Vertinama palyginamoji pasiūlymo kaina eurai, įskaitant visus mokesčius (taip pat ir PVM, jei taikoma)		$X=20$
II kriterijus (T_1) Kūrybiškumas Kriterijaus T_1 vertinimo tvarka pateikta lentelėje „Pasiūlymų vertinimas“.	Minimalus balų sk. – 0 balų Maksimalus balų sk. – 7 balai	$Y_1=25$
III kriterijus (T_2) Tikslinių auditorijų įtraukimo planas Kriterijaus T_2 vertinimo tvarka pateikta lentelėje „Pasiūlymų vertinimas“.	Minimalus balų sk. – 0 balų Maksimalus balų sk. – 7 balai	$Y_2=25$
IV kriterijus (T_3) Sutarties vykdymui pasitelkiamų specialistų darbo patirtis Kriterijaus T_3 vertinimo tvarka pateikta lentelėje „Pasiūlymų vertinimas“:		$Y_3 = 30$
Projekto vadovo profesinė patirtis <i>(privalo būti tas pats asmuo, kurio kvalifikacija bus vertinama pagal konkurso sąlygų 3.1 papunktį)</i>	Minimalus balų sk. – 0 balų Maksimalus balų sk. – 7 balai	$Y_{3.1} = 14$
Strateginio konsultanto profesinė patirtis		$Y_{3.2} = 8$

Media planavimo specialisto profesinė patirtis		$Y_{3.3} = 8$
--	--	---------------

7. Ekonominis naudingumas apskaičiuojamas vadovaujantis pirkimo dokumentuose pateikta Viešųjų pirkimų tarnybos parengta ir perkančiosios organizacijos pagal pirkimo dokumentus dalinai užpildyta skaičiuokle (formulė – Telgen (absoliutinė), (skaičiuoklė pridedama). Pagal šią formulę laimėtoju pripažįstamas pasiūlymas, surinkęs didžiausią balų skaičių. Pasiūlymams, kuriuose nurodytos kainos viršija PSetMax, už kainą suteikiamas neigiamas balas. Jeigu pasiūlyta kaina lygi PSetMax, tuomet pasiūlymui už kainą suteikiama 0 balų, o pasiūlymams, kurių kaina artėja link PSetMin, atitinkamai suteikiamas vis didesnis teigiamas balų skaičius. Pasiūlymams, kurių kaina žemesnė už PSetMin, suteikiamų balų skaičius bus didesnis už lyginamąjį svorį. Perkančioji organizacija nustato, kad PsetMin lygi 0 (nuliui), PsetMax lygi: 1 pirkimo objekto daliai **278 300,00** Eur su PVM; 2 pirkimo objekto daliai **278 300,00** Eur su PVM. Telgen formulės aprašymą žr. nuorodos 15 puslapyje: https://vpt.lrv.lt/uploads/vpt/documents/files/mp/env_aprasymai.pdf

8. Bendras pasiūlymo ekonominio naudingumo balas apskaičiuojamas naudojant 7 priede pateiktą skaičiuoklę, joje įrašant gautus Paslaugų kokybės balus. Skaičiuoklėje šie balai susumuojami su pasiūlymo balais už kainą.

9. Pasiūlymo vertinimo kokybinis kriterijaus (T1 – T3) parametras vertinamas balais nuo 0 iki 7. Kiekvienam parametru apskaičiuojamas ekspertų (ne mažiau kaip 3 ekspertai) suteiktų balų vidurkis, kuris įrašomas į ekonominio naudingumo balų skaičiuoklę.

10. Siekiant palyginti vertinimą ir suvienodinti galimas balų interpretacijas, 7 balų skalė padalinta į kokybinius intervalus:

Kokybės kategorija	Balai
Labai gerai	7 balai
Gerai	6 - 4 balai
Vidutiniškai	3 - 2 balai
Silpnai	1 balas
Nepateikta	0 balų

1) Pasiūlymų vertinimas

II kriterijus (T₁)	<p>Kūrybiškumas. Bus vertinama tiekėjo pasiūlytos komunikacijos kampanijos žinutės, kūrybinės idėjos ir vizualinio sprendimo su pagrindu bei jų adaptavimo skirtingoms 5 pasirinktoms komunikacijos priemonėms pavyzdžiai (toliau – kūrybinis sprendimas) pagal šiuos vertinimo kriterijus:</p> <p>1) originalumas idėja ir vizualinis sprendimas autentiški (neatkartoja viešumoje jau buvusių populiarių kampanijų idėjų), netikėti (pasiūlyta išskirtinė kūrybinė idėja), kūrybiškai adaptuoti skirtingoms komunikacinėms priemonėms;</p> <p>2) atitikimas kampanijos tikslams idėja ir vizualinis sprendimas atliepia komunikacijos strategijos tikslus, yra konceptualiai pagrįsti (pateikiama argumentacija), kūrybiniai sprendimai yra išieškoti, pasižymi vientisumu, tarpusavyje susiję, papildo vienas kitą;</p>
--------------------------------------	--

	<p>3) stiliaus knygą praplečiantys sprendimai (Techninės specifikacijos priedas Nr. 2)</p> <p>vizualiniai sprendimai parengti remiantis stiliaus knyga, bet neapsiribojant vien joje pateiktais elementais: siūlomos originalios adaptacijos, konceptualūs grafiniai elementai, nauji stiliaus knygą praplečiantys aukštos dizaino vertės deriniai .</p>
7 balai (labai gerai)	<p><u>7 balai</u> skiriami, jei pateiktas kūrybinis sprendimas su privalomais elementais be trūkumų atitinka visas 3 (tris) vertinimo kriterijaus aprašymo dalis.</p>
6-4 balai (gerai)	<p><u>6 balai</u> skiriami, jei pateiktas kūrybinis sprendimas su privalomais elementais be trūkumų atitinka 2 (dvi) vertinimo kriterijaus aprašymo dalis, o vienoje yra neesminių trūkumų.</p> <p><u>5 balai</u> skiriami, jei pateiktas kūrybinis sprendimas su privalomais elementais be trūkumų atitinka 1 (vieną) vertinimo kriterijaus aprašymo dalį, o kitose yra neesminių trūkumų.</p> <p><u>4 balai</u> skiriami, jei pateiktas kūrybinis sprendimas su privalomais elementais, bet visose 3 (trejose) vertinimo kriterijaus aprašymo dalyse yra neesminių trūkumų.</p> <p>Neesminiais trūkumais laikoma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) pateiktas kūrybinis ar vizualinis sprendimas nėra netikėtas, bet yra autentiškas, emociškai įtraukiantis; 2) kūrybinis ar vizualinis sprendimas atitinka komunikacijos strategijos tikslus, tačiau nepakankamai pagrįsta, kaip jis pasitarnaus siekiant tikslinės auditorijos atsako; 3) žinutė ir kūrybinė idėja originali, tačiau nepakankamai pagrįsta, kaip pasirinktos priemonės pasitarnaus siekiant tikslinės auditorijos atsako; 4) idėja aktuali daugiau nei 1 tikslinei auditorijai, tačiau trūksta išsamesnio pagrindimo; 5) kūrybinė idėja originali, tačiau nėra kūrybiškai adaptuota skirtingoms priemonėms.
3-2 balai (vidutiniškai)	<p><u>3 balai</u> skiriami, jeigu 1 (vienoje) iš 3 (trijų) vertinimo kriterijaus aprašymo dalių yra esminių trūkumų; <u>2 balai</u> skiriami, jeigu 2 (dvejuose) iš 3 (trijų) vertinimo kriterijaus aprašymo dalių yra esminių trūkumų.</p> <p>Esminiais trūkumais laikoma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) pateikta idėja ir / arba žinutė / arba vizualinis sprendimas nėra autentiškas, nepagrįstas, neaiškus, kaip bus siekiama emocinio tikslinės auditorijos įsitraukimo; 2) nėra pagrįsta, kaip idėja ir/arba žinutė ir / arba vizualinis sprendimas pasitarnaus siekiant kampanijos tikslų ir norimo poveikio, todėl kyla abejonių dėl atitikimo kampanijos tikslams; 3) vizualinis sprendimas ar jo adaptacijos neatitinka prieinamumo reikalavimų (kontrastas, šriftų dydžiai, išdėstymas ir kt.) pagal prieinamos skaitmeninės informacijos rengimo vadovą „Internetas visiems“ Internetas_visiems.pdf; 4) atskiros dalys neidentifikuojamos kaip vientiso kūrybinio / vizualinio

	<p>sprendimo dalys;</p> <p>5) vizualiniai sprendimai stokoja grafinio dizaino ir kompozicijos pagrindų, neapima stiliaus knygos sprendimų, vizualinės išraiškos skurdžios, joms trūksta modernumo, neatliepiama šiuolaikinė estetika, ne pagal stiliaus knygą naudojamas projekto logotipas.</p>
1 balas (silpnai)	<p><u>1 balas</u> skiriamas, kai pasiūlymo atitiktis pagal reikalavimus yra tik formali, arba nėra bent vienos iš pagrindinių reikalaujamų kūrybinio sprendimo dalių: komunikacijos kampanijos žinutės, kūrybinės idėjos, vizualinio sprendimo, adaptavimo skirtingoms 5 pasirinktoms komunikacijos priemonėms.</p>
III kriterijus (T₂)	<p>Tikslinių auditorijų įtraukimo planas. Bus vertinamas tiekėjo pasiūlyme pasirinkta forma pateiktas tikslinių auditorijų (sąrašą žr. Techninės specifikacijos 1 priede) įtraukimo planas pagal šiuos kriterijus:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) priemonių, kanalų ir intensyvumo parinkimas, jų pagrindimas ir argumentacija, siekiant išlaikyti komunikacijos kampanijos vientisumą; 2) galimų rizikų išanalizavimas ir jų valdymo užtikrinimas; 3) lūkesčiai dėl grįžtamojo ryšio ir galima elgsena ir veiksmai, efektyvumo vertinimo kriterijai (skaitine išraiška); 4) veiksmų trukmė ir tęstinumas; 5) atsižvelgimas į komunikacijos tikslus bei uždavinius ir tris kampanijos etapus (žr. Techninės specifikacijos 1 priede).
7 balai (labai gerai)	<p><u>7 balai</u> skiriami, jeigu be trūkumų aprašytos visos 5 (penkios) vertinimo kriterijaus aprašymo dalys, minimos visos tikslinės auditorijos, neapsiribojant komunikacijos strategijoje pateiktomis įžvalgomis.</p>
6-4 balai (gerai)	<p><u>6 balai</u> skiriami, jeigu 1 (vienoje) iš 5 (penkių) vertinimo kriterijaus aprašymo dalių yra neesminių trūkumų, neapsiribojama komunikacijos strategijoje pateiktomis įžvalgomis.</p> <p><u>5 balai</u> skiriami, jeigu 2 (dvejose) vertinimo kriterijaus aprašymo dalyse yra neesminių trūkumų, neapsiribojama komunikacijos strategijoje pateiktomis įžvalgomis.</p> <p><u>4 balai</u> skiriami, jeigu 3 (trejose) vertinimo kriterijaus aprašymo dalyse yra neesminių trūkumų, neapsiribojama komunikacijos strategijoje pateiktomis įžvalgomis.</p>
3-2 balai (vidutiniškai)	<p><u>3 balai</u> skiriami, jeigu 4 (keturiuose) vertinimo kriterijaus aprašymo dalyse yra neesminių trūkumų, neapsiribojama komunikacijos strategijoje pateiktomis įžvalgomis.</p> <p><u>2 balai</u> skiriami, jeigu 5 (penkiose) vertinimo kriterijaus aprašymo dalyse yra neesminių trūkumų, neapsiribojama komunikacijos strategijoje pateiktomis įžvalgomis.</p> <p>Neesminiais trūkumais laikoma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) suplanuotos tikslinių auditorijų poreikius atliepiančios priemonės, kanalai, parinktas jų intensyvumas, bet daliai priemonių trūksta pagrindimo ir argumentavimo; 2) neaišku, kaip pateikti siūlymai išsidėstys laiko juostoje; 3) pateiktos rizikos neprioritetizuotos pagal jų svarbą ir galimus padarinius;

	<p>4) efektyvumo vertinimo kriterijai pateikti skaitine reikšme, bet argumentacija kelia klausimų;</p> <p>4) veiksmų trukmė ir tęstinumas nėra išsamiai argumentuoti;</p> <p>5) neatsižvelgta į dalį komunikacijos strategijoje iškeltų tikslų ir uždavinių.</p>
1 balas (silpnai)	1 balas skiriamas, kai formaliai išvardinti, bet neaprašyti visi kriterijaus aprašymo dalyse nurodyti punktai ir / arba apsiribojama komunikacijos strategijoje pateiktomis įžvalgomis.
IV kriterijus (T₃)	Sutarties vykdymui pasitelkiamų specialistų darbo patirtis. Bus vertinami tiekėjo pasiūlyti specialistai sutarčiai įgyvendinti ir tai patvirtinantys dokumentai: projektų vadovas, skaitmeninės rinkodaros ekspertas (netaikoma 2 pirkimo daliai), strateginis konsultantas, media planavimo specialistas.
7 balai (labai gerai)	<p><u>7 balai</u> skiriami, jei sutarties įgyvendinimui siūlomi specialistai atitinka šiuos reikalavimus (kiekvienas specialistas vertinamas atskirai):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. siūlomas projektų vadovas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vadovavęs įgyvendintai komunikacijos ir / ar reklamos, ir / ar viešųjų ryšių, ir/ ar skaitmeninės rinkodaros, ir / ar integruotos komunikacijos kampanijai, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 300.000,00 Eur be PVM; 2. siūlomas skaitmeninės rinkodaros ekspertas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs skaitmeninės komunikacijos ir / ar rinkodaros, ir / ar integruotos rinkodaros komunikacijos kampaniją, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 300.000,00 Eur be PVM (netaikoma 2 pirkimo daliai); 3. siūlomas strateginis konsultantas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 komunikacijos ir / ar integruotos komunikacijos projekte yra vykdęs strateginio konsultanto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 300.000,00 Eur be PVM; 4. siūlomas media planavimo specialistas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs media planavimo specialisto funkcijas, kai projekto paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 300.000,00 Eur be PVM.
6-4 balai (gerai)	<p><u>6 balai</u> skiriami, jei sutarties įgyvendinimui siūlomi specialistai atitinka šiuos reikalavimus (kiekvienas specialistas vertinamas atskirai):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. siūlomas projektų vadovas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vadovavęs įgyvendintai komunikacijos ir / ar reklamos, ir / ar viešųjų ryšių, ir/ ar skaitmeninės rinkodaros, ir / ar integruotos komunikacijos kampanijai, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 250.000,00 Eur be PVM; 2. siūlomas skaitmeninės rinkodaros ekspertas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs skaitmeninės komunikacijos ir / ar rinkodaros ir / ar integruotos rinkodaros komunikacijos kampaniją, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 250.000,00 Eur be PVM (netaikoma 2 pirkimo daliai);

3. siūlomas strateginis konsultantas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 komunikacijos ir / ar integruotos komunikacijos projekte yra vykdęs strateginio konsultanto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 250.000,00 Eur be PVM;
4. siūlomas media planavimo specialistas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs media planavimo specialisto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 250.000,00 Eur be PVM.

5 balai skiriami, jei sutarties įgyvendinimui siūlomi specialistai atitinka šiuos reikalavimus (kiekvienas specialistas vertinamas atskirai):

1. siūlomas projektų vadovas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vadovavęs įgyvendintai komunikacijos ir / ar reklamos, ir / ar viešųjų ryšių, ir/ ar skaitmeninės rinkodaros, ir / ar integruotos komunikacijos kampanijai, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 200.000,00 Eur be PVM;
2. siūlomas skaitmeninės rinkodaros ekspertas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs skaitmeninės komunikacijos ir / ar rinkodaros, ir / ar integruotos rinkodaros komunikacijos kampaniją, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 200.000,00 Eur be PVM (netaikoma 2 pirkimo daliai);
3. siūlomas strateginis konsultantas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 komunikacijos ir / ar integruotos komunikacijos projekte yra vykdęs strateginio konsultanto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 200.000,00 Eur be PVM;
4. siūlomas media planavimo specialistas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs media planavimo specialisto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 200.000,00 Eur be PVM.

4 balai skiriami, jei sutarties įgyvendinimui siūlomi specialistai atitinka šiuos reikalavimus (kiekvienas specialistas vertinamas atskirai):

1. siūlomas projektų vadovas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vadovavęs įgyvendintai komunikacijos ir / ar reklamos, ir / ar viešųjų ryšių, ir/ ar skaitmeninės rinkodaros, ir / ar integruotos komunikacijos kampanijai, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 150.000,00 Eur be PVM;
2. siūlomas skaitmeninės rinkodaros ekspertas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs skaitmeninės komunikacijos ir / ar rinkodaros ir / ar integruotos rinkodaros komunikacijos kampaniją, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 150.000,00 Eur be PVM (netaikoma 2 pirkimo daliai);
3. siūlomas strateginis konsultantas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 komunikacijos ir / ar integruotos komunikacijos projekte yra vykdęs strateginio konsultanto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 150.000,00 Eur be PVM;

	<p>4. siūlomas media planavimo specialistas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus yra vykdęs media planavimo specialisto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 150.000,00 Eur be PVM.</p>
3-2 balai (vidutiniškai)	<p><u>3 balai</u> skiriami, jei sutarties įgyvendinimui siūlomi specialistai atitinka šiuos reikalavimus (kiekvienas specialistas vertinamas atskirai):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. siūlomas projektų vadovas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vadovavęs įgyvendintai komunikacijos ir / ar reklamos, ir / ar viešųjų ryšių, ir/ ar skaitmeninės rinkodaros, ir / ar integruotos komunikacijos kampanijai, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 100.000,00 Eur be PVM; 2. siūlomas skaitmeninės rinkodaros ekspertas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs skaitmeninės komunikacijos ir / ar rinkodaros, ir / ar integruotos rinkodaros komunikacijos kampaniją, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 100.000,00 Eur be PVM (netaikoma 2 pirkimo daliai); 3. siūlomas strateginis konsultantas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 komunikacijos ir / ar integruotos komunikacijos projekte yra vykdęs strateginio konsultanto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 100.000,00 Eur be PVM; 4. siūlomas media planavimo specialistas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus yra vykdęs media planavimo specialisto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo ne mažiau kaip 100.000,00 Eur be PVM. <p><u>2 balai</u> skiriami, jei sutarties įgyvendinimui siūlomi specialistai atitinka šiuos reikalavimus (kiekvienas specialistas vertinamas atskirai):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. siūlomas projektų vadovas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vadovavęs įgyvendintai komunikacijos ir / ar reklamos, ir / ar viešųjų ryšių, ir/ ar skaitmeninės rinkodaros, ir / ar integruotos komunikacijos kampanijai, kai suteiktų paslaugų vertė buvo lygi arba daugiau kaip 50.000,00 Eur be PVM; 2. siūlomas skaitmeninės rinkodaros ekspertas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs skaitmeninės komunikacijos ir / ar rinkodaros, ir / ar integruotos rinkodaros komunikacijos kampaniją, kai suteiktų paslaugų vertė buvo lygi arba daugiau kaip 50.000,00 Eur be PVM (netaikoma 2 pirkimo daliai); 3. siūlomas strateginis konsultantas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 komunikacijos ir / ar integruotos komunikacijos projekte yra vykdęs strateginio konsultanto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo lygi arba daugiau kaip 50.000,00 Eur be PVM; 4. siūlomas media planavimo specialistas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus yra vykdęs media planavimo specialisto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo lygi arba daugiau kaip 50.000,00 Eur be PVM.

1 balas (silpnai)	<p><u>1 balas</u> skiriamas, jei sutarties įgyvendinimui siūlomi specialistai atitinka šiuos reikalavimus (kiekvienas specialistas vertinamas atskirai):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. siūlomas projektų vadovas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vadovavęs įgyvendintai komunikacijos ir / ar reklamos, ir / ar viešųjų ryšių, ir/ ar skaitmeninės rinkodaros, ir / ar integruotos komunikacijos kampanijai, kai suteiktų paslaugų vertė buvo mažiau kaip 50.000,00 Eur be PVM; 2. siūlomas skaitmeninės rinkodaros ekspertas per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 projekte yra vykdęs skaitmeninės komunikacijos ir / ar rinkodaros ir / ar integruotos rinkodaros komunikacijos kampaniją, kai suteiktų paslaugų vertė buvo mažiau kaip 50.000,00 Eur be PVM (netaikoma 2 pirkimo daliai); 3. siūlomas strateginis konsultantas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus bent 1 komunikacijos ir / ar integruotos komunikacijos projekte yra vykdęs strateginio konsultanto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo mažiau kaip 50.000,00 Eur be PVM; 4. siūlomas media planavimo specialistas, kuris per pastaruosius 5 (penkerius) metus yra vykdęs media planavimo specialisto funkcijas, kai suteiktų paslaugų vertė buvo mažiau kaip 50.000,00 Eur be PVM.
-------------------	--

Pastabos:

- Į specialistų patirties vertinimą nėra traukiamos sutartys, kampanijos ir patirtys, kurios nurodomos grindžiant Tiekėjo atitiktį kvalifikacijos reikalavimams.
- Kiekvienoje pozicijoje vertinama tik vieno specialisto patirtis. Jeigu Tiekėjas pasiūlo daugiau kaip vieną specialistą, patirtis nesumuojama ir vertinimas tik vienas geriausias pasiūlytas specialistas.
- Paslaugos gali būti pradėtos teikti ir anksčiau nei prieš, pavyzdžiui, 5 (penkerius) metus, tačiau šios paslaugos suteikimo (įvykdymo) terminas turi patekti į paskutinių, šio pavyzdžio atveju – 5 (penkerių) metų iki pasiūlymų pateikimo termino pabaigos – laikotarpį.

11. Kartu su pasiūlymu tiekėjas kokybiniam vertinimui turi pateikti:

a) 1 parametrai (T_1) Kūrybiškumas (Taikoma 1 ir 2 pirkimo daliai, jei dalyvaujama abejose, pateikiamos 2 atliktos užduotys). Bus vertinama (toliau – kūrybinis sprendimas) pagal šiuos vertinimo kriterijus:

11.1. Pateikta skaitmeninės komunikacijos (**taikoma 1 pirkimo daliai**) turinio kūrybinis sprendimas, kurį sudaro: tiekėjo pasiūlytos socialiniams tinklams skirtos kultūros turinio komunikacijos kampanijos žinutė, kūrybinė idėja bei vizualinis sprendimas su pagrindimu ir jų adaptavimu skirtingoms 5 (penkioms) pasirinktoms komunikacijos priemonėms (pavyzdžiui, *reels*, karuselė, įrašas, įrašų serija, video, nuotraukų galerija, *story*, partnerio turinys, interaktyvi prezentacija, reklaminis skydelis ir kt.) pavyzdžiai su siūlomų sprendimų pagrindimu (PPT arba PDF formatu, rekomenduojama ne daugiau kaip 20 skaidrių arba puslapių, pateikiama privalomai be tiekėjo identifikavimo ženklų). Tema: Moderni Lietuva septintajame-devintajame dešimtmėčiuose | epaveldas.lt.

11.2. Pateikta reklamos ir viešųjų ryšių (**taikoma 2 pirkimo daliai**) kūrybinis sprendimas, kurį sudaro: tiekėjo pasiūlytos pagrindinės komunikacijos kampanijos žinutė (šūkis), kūrybinė idėja bei vizualinis sprendimas su pagrindimu ir jų adaptavimu skirtingoms 5 (penkioms) pasirinktoms komunikacijos priemonėms (pavyzdžiui, lauko reklamos stendui, televizijai, radiui, renginiui, turinio projektui, partnerių paketui ir kt.) pavyzdžiai su siūlomų sprendimų pagrindimu (PPT arba PDF formatu, ne daugiau kaip 20 skaidrių arba puslapių be tiekėjo identifikavimo ženklų).

b) 2 parametrai (T_2) Tikslinių auditorijų įtraukimo planas. (Taikoma 1 ir 2 pirkimo daliai, jei dalyvaujama abejose, vertinimui atskirai pateikiamos 2 atliktos užduotys (viena – skaitmeninės rinkodaros ir komunikacijos priemonės, antra – reklamos ir viešųjų ryšių priemonės).

11.3. Pateiktas tiekėjo parengtas tikslinių auditorijų (žr. Techninės specifikacijos Priede Nr. 1) įtraukimo planas (PPT arba PDF formatu, ne daugiau kaip 20 skaidrių arba puslapių be tiekėjo identifikavimo ženklų) pagal šiuos kriterijus:

1. priemonių, kanalų ir intensyvumo parinkimas, jų pagrindimas ir argumentacija, siekiant išlaikyti komunikacijos kampanijos vientisumą;
2. galimų rizikų išanalizavimas ir jų valdymo užtikrinimas;
3. lūkesčiai dėl grįžtamojo ryšio ir galima elgsena/veiksmai, efektyvumo vertinimo kriterijai (skaitine išraiška);
4. veiksmų trukmė ir tęstinumas;
5. atsižvelgimas į komunikacijos tikslus bei uždavinius, kampanijos etapus (žr. Techninės specifikacijos 1 priede).

c) IV kriterijus (T_3) Sutarties vykdymui pasitelkiamų ekspertų darbo patirčiai patirčiai:

11.4. užpildytas Pasiūlymo formos (A dalis) 2 priedas, suteiktų paslaugų sąrašas (informacija apie kampanijas, kuriose specialistas (-ai) dalyvavo vertinamose pareigose;

11.5. paslaugų gavėjo (užsakovo) pažymos apie tinkamai įvykdytą sutartį (kampaniją) / suteiktas paslaugas, kurioje turi būti nurodytas trumpas paslaugų aprašymas, kuris įrodytų atitikimą nustatytam reikalavimui, suteiktų paslaugų datos, vertė, paslaugų gavėjai, ar paslaugos buvo suteiktos tinkamai arba kiti lygiaverčiai dokumentai. Pateiktuose įrodymuose turi būti nurodyti tiekėjų siūlomus ekspertus identifikuojantys duomenys (vardas, pavardė).

12. Kokybės kriterijai vertinami ekspertinio vertinimo metodu Perkančiosios organizacijos pasitelktų ekspertų (perkančiosios organizacijos darbuotojų ir (ar) viešojo pirkimo komisijos narių, ir (ar) kitų asmenų, kurie nėra perkančiosios organizacijos darbuotojai). Pasiūlymus vertins ne mažiau nei trys ekspertai. Ekspertai vertinimus atlieka konfidencialiai, savarankiškai, nederina vertinimų su kitais ekspertais. Kiekvienas ekspertas, vertindamas atitinkamą kriterijų, suteikia jam vertinimo balą nustatytose ribose ir kartu su vertinimo balu vertinimo pažymoje pateikia pagrindimą (argumentaciją), kuriuo remiantis buvo suteiktas atitinkamas balas.

13. Jei dalyvaujama abejose pirkimo dalyse, medžiaga, kuri aktuali abiem dalims, gali dubliuotis (pavyzdžiui, tikslinių auditorijų portretai).
