

13.02.20

לכבוד

**הנדון: תשובות לשאלות הבהרה - מכרז פומבי (נוסח מעודכן) מס' 200/11/18 -
לבחירת מכון מחקר לביצוע מחקרי אפקטיביות פרסום עבור לשכת הפרסום הממשלתית**

מס' שאלה	סעיף / נספח במכרז	עדכון / שאלה:	תשובה:
1	כללי	מילוי בכתב יד האם יש אפשרות להעביר את המכרז ממולא במחשב במקום בכתב יד?	הבקשה נדחית. חובה למלא את הטבלאות במכרז על כל נספחיו בהתאם להוראות המכרז, בכתב יד.
2	2(ג)4	"הספק שיבחר ידרש להעניק כל שירות נוסף בקשר עם ביצוע מחקרי אפקטיביות פרסום..." למה הכוונה "כל שירות נוסף"? מבקשים להגדיר/ להגביל.	אופי השירותים המבוקשים במכרז זה מוגדר בסעיף 2 בהתאם לצרכי לפ"מ ולדרישותיה בעת ניסוח המכרז. ככל ויידרש יעודכנו השירותים מעת לעת בהתאם לצורך.
3	3(ג)	הפסקת התקשרות עם הודעה מראש - מבקשים להפוך את הסעיף לדו צדדי כך שגם הספק יוכל להפסיק את שירותיו במתן הודעה מראש.	הבקשה נדחית.
4	4(ג)3	האם במחקרים המותאמים למגזר הערבי ניתן להציג רק סקרים אינטרנטיים או גם סקרים טלפוניים או משולבים (טלפוני + אינטרנטי).	בהתאם לסעיף 4(ג)3 למכרז על המציע להציג ניסיון רלוונטי מוכח בביצוע אפקטיביות קמפיינים לפיו "המציע ערך לפחות חמישה (5) מחקרים (פאנל אינטרנטי/סקר טלפוני) המותאמים למגזר הערבי בישראל, החל מחודש ינואר 2016 ואילך, בקרב מדגם של לפחות 300 נבדקים". המחקרים יכול שיהיו או באמצעות פאנל אינטרנטי או באמצעות סקר טלפוני וכן מחקר משולב (טלפוני ואינטרנטי).

<p>במסגרת ההצעה יש להציג מתודולוגיה אפשרית לבחינת נכסיות מותג ולהציג שאלות מחקר אפשריות לבחינת רכיב זה.</p> <p>ככל ולמזיע מספר מתודולוגיות אפשריות לבחינת רכיב נכסיות המותג, הוא מוזמן להציג ולעמוד על הייחודיות והאיכות ביחס לכל אחת מהן. ניקוד האיכות אשר יינתן לרכיב זה הינו על בסיס הנקוב בסעיף 9(ב) למכרז.</p> <p>באשר להצעת המחיר בגין רכיב זה, כאמור בסעיף 9(ג)(4), אין גודל שאלון נקוב ועל כן מתבקש המזיע ליתן הצעת מחיר פר שאלה סגורה ופתוחה.</p>	<p>הצגת מתודולוגיה ייעודית לבדיקת נכסיות מותג - האם ניתן להגדיר היקף שאלון? יש ברשותנו מספר מתודולוגיות לבחינת נכסיות מותג בהיקפים שונים : מחקר מקוצר של 10 שאלות, מחקר של 30-40 שאלות, מחקר מקיף של 80-90 שאלות ואנו מתאימים את הפתרון המתאים לצרכי הלקוח</p>	<p>5(טו)(2)</p>	<p>5</p>
<p>לא בוצעו מחקרי אפקטיביות ביחס לקמפיין לדוגמא ו/או לש"פ לדוגמא.</p>	<p>כתיבת שאלונים והצגת דוח מסכם לקמפיין לדוגמא ולש"פ תוכני לדוגמא - מבקשים לוודא שה case study נייטרלי ולא נבדק בעבר ע"י גוף שעלול להשתתף במכרז.</p>	<p>5(טו)(3)</p>	<p>6</p>
<p>יש להסתכל על נוסח המכרז המעודכן כפי שפורסם ביום 23.01.2020.</p> <p>כך, ובהתאם לסעיף 5(טו)(3) יש לצרף להצעה דוגמא לשאלונים (פרה ופוסט קמפיין) + דו"ח מסכם ביחס לקמפיין לדוגמא המיועד למגזר הכללי בנושא "פארק סיפורי התנ"ך" וביחס לש"פ תוכני לדוגמא בנושא "תחום ההתנדבות".</p> <p>בלינק המצורף מופיעים הנתונים ביחס לקמפיין/ש"פ לדוגמא (מגזר כללי).</p>	<p>בלינק שצירפתם למכרז שבו נמצאים נתוני הקמפיינים מופיעים הקבצים הבאים:</p> <p>ש"פ התנדבות - משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים</p> <p>משרד התרבות - פארק סיפורי התנ"ך</p> <p>כאשר הקמפיינים במגזר הערבי והחרדי מתייחסים לחיסכון במים – אנא העבירו את נתוני קמפיין חיסכון במים.</p>	<p>5(טו)(3)</p>	<p>7</p>
<p>הבהרה:</p> <p>על הצעת המחיר לגלם מחקר אפקטיביות פרסום (סקר פרה ופוסט) בקרב מדגם בהתאם לנקוב במכרז בהתייחס לכלל מגזר (500 נבדקים מגזר כללי// 300 נבדקים מגזר ערבי/חרדי), כאשר יש לתמחר -</p>	<p>הבדיקה בשאלונים תהא בהתייחס למשתנים הבאים - לא ברור האם שאלות הפרסום כגון זכירות, הבנת מסרים, אהדת הקמפיין וכדומה נשאלות רק בסקר ה"פוסט", כך שב"פרה" יישאלו רק 2 שאלות של עמדות, או גם ב"פרה", שכן בסקר "פרה" עוד אין קמפיין שאליו מתייחסים.</p>	<p>9(ג) + נספח ב' למכרז</p>	<p>8</p>
<p>שאלון פרה קמפיין- 2 שאלות שינוי עמדה.</p> <p>שאלות פוסט קמפיין- 11 שאלות (בהתייחס למשתנים המוזכרים - זכירות, הבנת מסרים, אהדת קמפיין וכו') + 2 שאלות שינוי עמדה.</p> <p>סה"כ 15 שאלות למחקר (פרה ופוסט).</p>	<p>התמורה המבוקשת עבור ביצוע מחקר אפקטיביות פרסום (סקר פרה ופוסט)... – לא ברור האם יש לתקצב סה"כ 30 שאלות (2 סקרים של 15 שאלות) או שבשני הסקרים יחד מגיעים ל 15 שאלות – מבקשים להבהיר.</p>	<p>9(ג) + נספח ב' למכרז</p>	<p>9</p>

<p>הבקשה מתקבלת.</p> <p>סעיפים 9(ג)(iii) + 9(ג)(ii)(iv) + 9(ג)(iii)(3) ובהתאמה הסעיפים הרלוונטיים בנספח ב' - טופס הצעת המחיר יעודכנו כך שביחס לתמורה המבוקשת ביחס לכל תוספת של 100 נבדקים נוספים יירשם כך:</p> <p>"התמורה המבוקשת עבור רכיב זה לא תעלה על 10% מסך התמורה המבוקשת לביצוע המחקר".</p>	<p>התמורה לכל תוספת של 100 נבדקים נוספים - בסעיפים אלו נכתב כי "יודגש כי התמורה המבוקשת עבור רכיב זה לא תעלה על 5% מסך התמורה המבוקשת לביצוע המחקר".</p> <p>להערכתנו נפלה טעות בהדגשה זו היות ו-5% מעלות המחקר לא מכסה את עלויות הראיון הבסיסיות של תוספת הראיונות. מבקשים לבחון ולשנות בהתאם מגבלה זו.</p>	<p>9(ג) + נספח ב' למכרז</p>	<p>10</p>
<p>בהתאם לנקוב בסעיף 9(ג) - היקף המדגם הנבדק בקרב המגזר הכללי עומד על 500 נבדקים; במגזר הערבי על 300 נבדקים ובמגזר החרדי על 300 נבדקים.</p> <p>על המציע לציין את התמורה המבוקשת עבור ביצוע המחקר ל-100 נבדקים נוספים בהתאמה למגזר ולכמות המוגדרת למדגם, וזאת ללא קשר לכמות השאלות בשאלונים, זאת כאשר באם המחקר יכלול כמות גדולה יותר של שאלות מעבר ל-15 (2+13) האמורות, תשולם למציע תוספת עפ"י התמורה שנקב בה במסגרת הצעת המחיר בהתייחס לרכיב זה.</p> <p>ראה שינוי בתקרת המקסימום שהוגדרה לסעיף זה כאמור בתשובה לשאלה 10.</p>	<p>התמורה המבוקשת עבור 100 נבדקים נוספים - האם המחיר המדובר הוא רק על שאלון בהיקף של 2+13 שאלות?</p> <p>מה אם השאלון ארוך יותר וגם נדרש מדגם גדול יותר, איך אז יחושבו ה-100 הנוספים?</p> <p>אותה שאלה מתייחסת גם לסעיפים הדומים בקרב המגזרים.</p>	<p>9(ג) + נספח ב' למכרז</p>	<p>11</p>
<p>המדגם יערך בקרב 500 נבדקים (מגזר כללי, +18, דובר עברית).</p>	<p>הצעת מחיר לביצוע מחקר עצמאי שיבחן נכסיות מותג - על איזה גודל מדגם מדובר.</p>	<p>9(ג)(4)</p>	<p>12</p>
<p>בהתאם לאמור בסעיף 10 (ב) המדובר בערבות ביצוע.</p>	<p>האם הערבות הינה ערבות מכרז או ערבות ביצוע?</p>	<p>10(ב)</p>	<p>13</p>
<p>מחקר המותאם למגזר הערבי יבוצע בפאנל אינטרנטי בקרב מדגם של 300 נבדקים בהתאמה לקהל היעד, גילאי +18.</p>	<p>במגזר הערבי - מה טווח הגילאים הנדרש בפאנל אינטרנטי?</p>	<p>10(ג)(2)</p>	<p>14</p>

<p>הבקשה נדחית. סעיף 11(ג)(2) יותר על כנו.</p>	<p>תשלום עבור סקר פוסט בלבד - משתמע שעל 13 שאלות מתוך 15 (2+13) יתקבל תשלום של 65% בלבד במקום 87%. האם ניתן לשנות את אחוז התשלום במקרה של מחקר פוסט בלבד, כך שהתמחור יצא הוגן לשני הצדדים.</p>	<p>11(ג)(2)</p>	<p>15</p>
<p>באם לאחר הזמנת מחקר הכולל סקר פרה ופוסט קמפיין, בוטלה ההזמנה בהתייחס לסקר הפרה קמפיין והיה על הספק לבצע סקר פוסט קמפיין בלבד אזי- סקר הפוסט יחושב בהתאם לנקוב בסעיף 11(ג)(2) למכרז, קרי 65% מסך התמורה הכוללת שנדרשה עבור ביצוע מחקר כולל (פרה ופוסט קמפיין, 15 שאלות). ככל ויתווספו שאלות נוספות לשאלון הפוסט (מעבר ל-13), תשולם התוספת בהתאם לנקוב במכרז בגין תוספת שאלה לשאלון. * ראה הבהרה בעניין חלוקת בשאלות בין סקר פרה ופוסט קמפיין בתשובה לשאלות מס' 9+8.</p>	<p>תשלום עבור סקר פוסט בלבד- שאלה נוספת - במידה ורוצים מחקר פוסט בלבד, אולם לא של 2+11 שאלות, אלא עם כמות שאלות גדולה יותר (נניח 7+11), על פי מה יחושבו 65%? האם על הסך הכולל של סקר פרה ופוסט לפי תמחור שייעשה על כמות השאלות בפועל, או תמחור בהתאם לשאלון הבסיס עם תוספת לפי מחיר פר שאלה?</p>	<p>11(ג)(2)</p>	<p>16</p>
<p>הבקשה מתקבלת. סעיף 11(ד) למכרז, סעיף ט' לנספח ב' בהצעת המחיר וסעיף 18.6 להסכם ההתקשרות יעודכנו כך שירשם: "באם הספק הזוכה יידרש לבצע סקר אמצע קמפיין (וזאת בנוסף לסקר פרה/פוסט), תשולם לספק תוספת של 65% מסך התמורה לביצוע המחקר בה נקב המציע במסגרת הצעתו למכרז בהתאמה למגזר הכללי/ערבי/חרדי, לפי העניין. (עבור סקר למגזר הערבי תתווסף התמורה הנקובה בהצעה למכרז בגין תרגום השאלון)".</p>	<p>סקר אמצע קמפיין - במידה ונדרש סקר אמצע קמפיין הדומה בהרכבו לסקר הפוסט- קרי של 2+13 שאלות, הרי שתוספת של 30% בלבד נראית מועטה מדיי עבור התוצר. האם ניתן לשנות אחוז זה לגבוה יותר?</p>	<p>11(ג)(3)</p>	<p>17</p>
<p>על המציע לציין תמורה מבוקשת ביחס לתוספת שאלה כפריט בודד ללא קשר לאופייה של השאלה- פתוחה/סגורה.</p>	<p>התמורה המבוקשת עבור תוספת שאלה לשאלון - האם מדובר על שאלה סגורה או פתוחה?</p>	<p>11(ד)</p>	<p>18</p>