

תשובות לשאלות הבהרה - מכרז פומבי מס' 149/08/17 למתן שירותי ניהול קמפיינים בגוגל ובפייסבוק לקהל יעד בחו"ל

- א. להלן שאלות הבהרה שהתקבלו בנוגע למכרז שבנדון, ותשובות ועדת המכרזים לשאלות הבהרה.
- ב. מובהר בזאת כי רק תשובות והבהרות שניתנו בכתב על ידי המזמין הינן מחייבות, וכי תשובות המזמין לשאלות הבהרה מהוות חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז ומהוראותיו.
- ג. על המציעים לצרף להצעתם העתק מתשובות המזמין לשאלות הבהרה, כשהוא חתום על ידי המציעים, כמפורט במסמכי המכרז.

בברכה,

ועדת המכרזים

1. שאלה: סעיף 4.4 (תנאי סף) - המציע הינו בעל ניסיון של 3 שנים לפחות וגוי. האם חובה תחת אותה יישות משפטית? למשל, החברה שלי היא חברה בע"מ משנת 2016, לפני כן הייתי עוסק מורשה, ולפני כן שכיר. האם ניתן להחשיב את כל הנ"ל כניסיון לפי תנאי המכרז?

תשובה: בהתאם לסעיף 6(ב) למסמכי המכרז, "הצעת המציע תוגש ע"י אישיות משפטית אחת בלבד וכל המסמכים והאישורים הנדרשים במכרז זה יהיו על שמה של אותה אישיות משפטית בלבד". מכאן, כי הדרישה ל-3 שנות ניסיון בניהול קמפיינים בגוגל ובפייסבוק צריכה להתקיים במציע עצמו, תחת אותה אישיות משפטית, ולא ניתן להתחשב בניסיון הקודם על פי הדוגמא שניתנה.

2. שאלה: קמפיינים שנוהלו - האם מדובר בהכרח על קמפיין בודד, כהגדרתו בגוגל ובפייסבוק, או שמא קמפיין בהגדרה הכללית (כלומר פרסום למטרה מסוימת, למשל הורדת אפליקציה, אך בפועל מדובר בקמפיינים רבים)?

תשובה: ככלל, כוונת המילה "קמפיין" כפי שהיא מופיעה בסעיפים 4(ו) ו-4(ז) למסמכי המכרז הינה מהלך פרסומי אשר בוצע עבור אותו לקוח, לאותה מטרה ותחת אותו שם. לדוגמא:

הלקוח: משטרת ישראל

שם הקמפיין: גיוס שוטרים

מטרת הקמפיין: קבלת קורות חיים

3. שאלה: חשיפת מסמכי המכרז שישלחו על ידינו: למשל שלושה case studies, דוח סיכום קמפיין, קו"ח של הצוות - האם אלה יועברו למועמדים נוספים? האם נקבל אותם חזרה במידה ולא נזכה במכרז? האם יש נוהל לגריסת מסמכים מסוג זה?

תשובה: בהתאם לתקנה 21(ה) לתקנות חובת המכרזים, התשנ"ג-1993, וכמפורט בסעיף 17 למכרז, רשאים מציעים שלא זכו במכרז לעיין בהצעות הזכות, למעט

בחלקים אשר מהווים, לפי דעתה של ועדת המכרזים של המזמין, סוד מקצועי או מסחרי.

יצוין, כי בסעיף ו' לנספח ד' למכרז רשאים המציעים לציין אילו חלקים בהצעתם מהווים, לדעתם, סוד מקצועי או מסחרי, כאשר המציעים לא יהיו רשאים לעיין בכל סעיף מההצעה הזוכה, אשר בעניין הצעתם הם ציינו כי הוא מהווה לדעתם סוד מסחרי או מקצועי.

ואולם, ועדת המכרזים של המזמין רשאית, על פי שיקול דעתה, להציג בפני מציעים שלא זכו כל מסמך אשר להערכתה נדרש כדי למלא אחר דרישות החוק והתקנות, ולזכרים לא תהיה כל טענה בשל כך.

ההחלטה האם חלקים מסוימים בהצעה מהווים סוד מקצועי או סוד מסחרי תתקבל על ידי ועדת המכרזים של המזמין בשים לב לכלל נסיבות העניין. למען הסר ספק, ועדת המכרזים תהיה רשאית להעביר חלקים מסוימים בהצעה הזוכה כשהם מושחרים בחלקם (לדוגמא: העברת קו"ח של הצוות, כששמות חברי הצוות ו/או תאריכי הלידה שלהם מושחרים) או בכל דרך אחרת שתראה לנכון.

מסמכים שהוגשו כחלק מההצעה למכרז לא יוחזרו למציעים, וייתוּקו בתיק המכרז אשר יישמר במשרדי המזמין או בארכיון.

4. שאלה: חשיפת החומרים שנציג בפגישה בשלב השני, למשל מצגת: אם אלה יועברו למועמדים נוספים? האם נקבל אותם חזרה במידה ולא נזכה במכרז? האם יש נוהל לגריסת מסמכים הסוג זה? האם אנחנו מחויבים להשאיר עותק?

תשובה: המציעים במכרז אינם נדרשים להגיש מצגת כחלק מההצעה למכרז, ואינם נדרשים להשאיר עותק מחומרים שיציגו במהלך הפרזנטציה. לעניין חומרים שיוצגו בפרזנטציה והוגשו כחלק מהצעת המציע למכרז, ראו תשובתנו לשאלה 3 לעיל.

5. שאלה: יש להגיש את המכרז בשלושה עותקים - האם הכוונה שאחד יכתב בכתב יד והשניים הנוספים הם בעצם צילום או שהכוונה לשלושה עותקי מקור? האם כתב היד הוא חובה או שניתן למלא את החלקים שלנו בהקלדה במחשב?

תשובה: ניתן להגיש שלושה עותקים כך שאחד מהם יהיה עותק מקור, והשניים הנוספים יהיו צילום של עותק המקור. את ההצעה יש למלא בהתאם להוראות המכרז, בכתב יד.

6. שאלה: לעניין ה-case studies, מה הכוונה "לפחות אחד מהם יהיה ניהול קמפינינים בגוגל ולפחות אחד מן הפרויקטים יהיה ניהול קמפינינים בפייסבוק"? האם יש חובה שאחד הפרויקטים יהיה רק גוגל / רק פייסבוק או שניתן להציג פרויקט ששילב את שתי המדיות (ואולי מדיות נוספות)?

תשובה: במסגרת הגשת שלושה פרויקטים קודמים, כמפורט בסעיפים 5(א) ו-9(א) למסמכי המכרז, ניתן להציג פרויקטים אשר כללו שילוב של ניהול קמפינינים בגוגל ובפייסבוק. כוונת ההוראה הינה כי לא ניתן יהיה להציג שלושה פרויקטים שכללו רק ניהול קמפינינים בגוגל, או שלושה קמפינינים שכללו רק ניהול קמפינינים בפייסבוק. אין בסעיף זה התייחסות למדיות נוספות.

7. שאלה: האם במסגרת המחיר כלולים תרגומים של המודעות לשפות זרות?

תשובה: המכרז איננו כולל תרגום לשפות זרות ולא נדרש לתמחר תרגום.

לפח

לשכת הפרסום הממשלתית
רח' אחד העם 9, תל אביב 65251
מגדל שלום, קומה 15
טל' 03-5140444, פקס' 03-5140400
www.lapam.gov.il

8. **שאלה:** האם יש להכין את כל חומרי המכרז בעברית כולל קורות חיים של הצוות, פרויקטים לדוגמה, דוח סיכום קמפיין ודוח סט אפי?

תשובה: כן.

9. **שאלה:** סעיף 1.1 יג. - ריכוז לוחות זמנים למכרז - נבקש לדחות את המועד האחרון להגשת הצעות, ב- 30 ימים לפחות. נציין כי המדובר הוא במכרז גדול אשר כולל הכנה והגשה של מסמכים רבים ומורכבים. המכרז פורסם ביום 3.9.17 והגשת ההצעה הינה לאחר 23 ימים, אשר הינם בתקופת החגים בהם יש מספר ימי חופש גדול, עובדים וספקים נמצאים בחופשה ועל כן יכולת ההכנה והגשה של הצעת מיטבית נפגעים. בנוסף, נראה כי משך הזמן שיותר ממועד קבלת תשובות הבהרה, לימודן והכנת המסמכים השונים, ועד מועד ההגשה, יהיה קצר ביותר.

למיטב הערכתנו תשובתכם לשאלות המתמודדים בשלב הנוכחי תאפשרנה הבנה מעמיקה יותר של דרישות המכרז ומכאן גם מתן אפשרות להכנת הצעות מקצועיות וטובות יותר, אשר הינן אינטרס ודאי של ועדת המכרזים והלפי"מ.

תשובה: המועד האחרון להגשת הצעות נקבע בהתאם להוראות החשב הכללי, והוא יישאר ללא שינוי – יום ג', 26.09.17 בשעה 12:00.

10. **שאלה:** סעיף 2 - תיאור כללי של השירותים הנדרשים - נבקש לקבל את שמות הספקים הנוכחים המספקים כיום את השירות נשוא המכרז.

תשובה: הבקשה איננה נוגעת להליך המכרזי או לתוכן המכרז, ואין מקום להגשתה במסגרת הליך שאלות הבהרה למכרז.

11. **שאלה:** סעיף 2 - תיאור כללי של השירותים הנדרשים - על מנת שהמזיע יוכל להבין וללמוד את הפעילות הקיימת וכן על מנת שיהיה ניתן להציג מודל עבודה עתידי משופר לבחינה על ידי ועדת המכרזים, נבקש לקבל דוגמאות של דוחות שוטפים ומסכמים של קמפיינים שנעשו עבור לפ"מ.

תשובה: במסגרת בחינת איכות ההצעות, יבחן המזמין גם דוח סיכום קמפיין לדוגמה וסט-אפ של הקמפיין, אשר יוגשו על ידי המזיע כחלק מההצעה למכרז. בנסיבות אלה, ועדת המכרזים איננה רואה לנכון להעביר לעיון המזיעים דוחות של קמפיינים שנעשו עבור לפ"מ, והמזיעים יגישו את הצעתם לפי מיטב שיקול דעתם ויכולותיהם.

12. **שאלה:** סעיף 4 - תנאי סף למגיש ההצעה + סעיף 5 - פירוט המסמכים שיש לצרף להצעה - מסמכי המכרז אינם כוללים התייחסות ישירה לנושא של התמודדות במסגרת מיזם משותף או שיתוף פעולה אחר בין גופים המגישים הצעה משותפת. מחד, לא נקבע איסור כאמור, אך מאידך, ניסוחן של הוראותיו השונות של המכרז לא כוללות כל התייחסות לאופן הדגמת הניסיון הנדרש בתנאי הסף באמצעות אחת מבין החברות המזיעות במשותף.

ברור כי מתן האפשרות להתמודד במכרז במסגרת הצעה משותפת של שני גופים, תאפשר למספר רב יותר של מתמודדים פוטנציאליים להשתתף במכרז ותשמש כלי חשוב בהגדלת מספר ההצעות (המצומצם מאוד בשלב זה, בשל חלק מתנאי הסף), וכן תשמש כלי חשוב בפתיחת השוק לתחרות, הן בהיבט של איכות השירותים והן בהיבט של המחיר המוצע בגינם, דבר אשר יקנה את מירב היתרונות לעורך המכרז.

למותר לציין כי השתתפות של "מזיע משותף" הינה מן המקובלות במכרזים של משרדי הממשלה ורשויות ציבוריות אחרות. ההשתתפות מתאפשרת בין באמצעות מיזם משותף ובין באמצעות "גורם מתקשר" אשר מציג קשר חוזי עם המזיע ונושא חלק באספקת השירותים נשוא המכרז.

לא למותר לציין כי בהתאם לדיני המכרזים בישראל, נדרש כי התנאים להשתתפות מציע במכרז יהיו תנאים המתחייבים מאופיו וממהותו של המכרז (ראו סעיף 2א(א) לחוק חובת המכרזים, התשנ"ב-1992). למרות האמור וכפי שפורט לעיל, העדר התייחסות עורך

המכרז להגשת הצעה משותפת, מהווה הלכה למעשה תנאים המגבילים את ההשתתפות במכרז של מציע משותף. הגבלה, אשר אינה מתחייבת מאופיו או ממהותו של המכרז. ההפך הוא הנכון, הן מבחינת היקף התחרות בהליך והן מבחינת איכות ההצעות, בקבלת הצעה משותפת מטעם המיזם המשותף המיועד, יהיה כדי לקדם את מטרות המכרז. בהתאם לאמור לעיל וככל שהוראות סעיף 4 יוותרו בעינן, מתבקשת ועדת המכרזים להבהיר את מסמכי המכרז באופן שיאפשר התמודדות במכרז במסגרת הצעה משותפת, וכן לאפשר הדגמת תנאי הסף הנדרשים בסעיף 4 ו-4 ז' למכרז זה, על ידי אחד מחברי המציע המשותף כאשר יתר תנאי הסף יכול שיודגמו באמצעות הגורם האחר או שני הגורמים יחדיו.

תשובה: בהתאם לסעיף 6(ב) למסמכי המכרז, "הצעת המציע תוגש ע"י אישיות משפטית אחת בלבד וכל המסמכים והאישורים הנדרשים במכרז זה יהיו על שמה של אותה אישיות משפטית בלבד". מכאן, שהמכרז שולל אפשרות של הגשת הצעה משותפת על ידי שני מציעים או יותר, ולא ייערך שינוי בנושא זה.

13. **שאלה:** סעיף 9.א. - השלב השני, בחירת הזוכים - בהתאם לפסיקה ולעקרונות היסוד של הרפורמה בתקנות חובת המכרזים, נבקש לקבל את פירוט כל אמות המידה לבחירת ההצעה הזוכה, מבחני המשנה, המשקל היחסי והמקסימלי של כל רכיב באמות המידה. לצורך הצגת הפרויקטים, דוח סיכום קמפיין, הפרזנטציה ובעלי התפקיד המקצועיים והמיטביים שמבקש המציע לקבל מהם שירות, אנא הבהירו ופרטו מהו הניסיון הנדרש ומהו המשקל של כל רכיב וכיצד יחולק כל אחת מהקריטריונים? מהו מדרג הניקוד לכל אחד מהקריטריונים והמרכיבים שלהם? כיצד יחושב הניקוד שניתן למציע? האם ביחס להצעות האחרות או על פי רכיבים/מבחנים ידועים וקבועים מראש ואם כן - מהם הרכיבים (והניקוד שלהם) בכל אחד מהסעיפים?

כך לדוגמה בעניין אמת המידה "בחירת שלושה פרויקטים קודמים" - אילו פרויקטים ייחשבו ויספרו, מהו משקלו של כל קריטריון משנה, האם לגודלו של הפרויקט יש משמעות לעניין הניקוד, אילו קהלי יעד שיוצגו יקבלו את הניקוד המרבי (גילאים), מוצא לטיני/אירופי/אסיאתי, נוצרים אוונגליסטים וכו'), מהי התמהיל המיטבי שעבורו יתקבל הניקוד המלא ועוד.

כמו כן, לעניין אמת המידה "פרזנטציה" נבקש לפרט את מבחני המשנה והמשקל שלהם, המשקל היחסי והמקסימלי של כל רכיב באמות המידה. האם יינתן משקל להרכב הצוות, ניסיונו, פעילות המציע בארץ ובחו"ל או רק בחו"ל, אמצעים וטכנולוגיות שייעשה בהם שימוש בעתיד, חיבור בין מערכות ואמצעים שונים ועוד.

תשובה: אמת המידה לבחירת הזוכים במכרז היא אחת – הצעת המחיר. הזוכים במכרז יהיו שני המציעים אשר נמנו על קבוצת המציעים הסופית והגישו את הצעת המחיר הזולה ביותר, בכפוף לזכויות המזמין המפורטות בסעיף 13 למכרז. אמת המידה לבחינת איכות ההצעות לצורך קביעת קבוצת המציעים הסופית הינה 100% איכות, והמשקל היחסי שניתן למרכיבי האיכות מפורט בסעיף 9(א) למכרז, בהתאם לכל הוראות הדין. למען הסר ספק יובהר, כי אין בסעיף זה אמות מידה "סמויות" אשר לא פורטו במכרז, לרבות לעניין קהל היעד, אנשי הצוות וכדומה.

14. **שאלה:** סעיף 9.א. - השלב השני, פרזנטציה - אנא הבהרתכם באשר למועד המשוער של הפרזנטציה, משכה המיועד, האם קיימת מגבלה לכמות השקפים שיש להציג וכו'.

תשובה: הודעה על מועדי הפרזנטציה תישלח למציעים אשר יעמדו בתנאי הסף וצירפו להצעתם את המסמכים הנדרשים, בהתאם להתקדמות הליכי המכרז. משך הפרזנטציה לא יוגבל מראש, אך היא תימשך זמן סביר בהתאם לצרכי המזמין. אין הגבלה על כמות השקפים, אם כי מובן שעל הפרזנטציה להיות עניינית, מקצועית ותכליתית.

15. **שאלה:** מהו פורמט ההגשה של ה-case studies, דוח סיכום קמפיין וכד' - האם יש לצרף עותק פיזי כחלק ממסמכי המכרז או שניתן לשלוח במייל/ דיסי-און-קי (מדיה דיגיטלית)?

לפח

לשכת הפרסום הממשלתית
רח' אחד העם 9, תל אביב 65251
מגדל שלום, קומה 15
טל' 03-5140444, פקס' 03-5140400
www.lapam.gov.il

תשובה: יש לצרף עותק פיזי לבקשה, כפי שנדרש במסמכי המכרז. ניתן לצרף – בנוסף לעותק הפיזי – עותק במדיה דיגיטלית שתואם את העותק הפיזי. אין לשלוח חומרים במייל.

16. **שאלה:** מהו הפורמט הנכון בו נוכל להבהיר או להוסיף התייחסות במקרים מסוימים, במסגרת הגשת מסמכי המכרז?

תשובה: אין מקום להבהרות או להתייחסויות נוספות מעבר לנדרש במכרז. לעניין זה ראה סעיף 6(ד) למכרז, לפיו "המציע אינו רשאי לערוך שינוי כלשהו במסמכי המכרז, בין על ידי שינוי / תוספת / מחיקה בגוף המסמכים ובין על ידי צירוף מסמך הסתייגות נפרד. עם הזוכים במכרז ייחתם הסכם בנוסח המצ"ב, ללא הסתייגות. להסתייגויות כאמור לא יהיה כל תוקף כלפי המזמין והן עלולות לגרום לפסילת הצעתו של המציע / זכייתו של הזוכה".

17. **שאלה:** נבקש כי ההגדרה למונח "מידע" שבנספח ג' המצורף להסכם ההתקשרות (עמ' 45) תהיה זהה להגדרה של המונח "מידע" שבהסכם ההתקשרות (עמ' 47).

תשובה: ועדת המכרזים איננה רואה לנכון לשנות את מסמכי המכרז כמפורט בבקשה.

18. **שאלה:** בטבלת הפירוט של מנהלי הקמפיינים ישנו מקום למילוי "תיאור הפרוייקט". מאחר ומדובר במילוי בכתב יד ואין מספיק מקום לתיאור פרוייקט, האם ניתן להוסיף דף נוסף לטובת מקום לכתיבה?

תשובה: לא ניתן. יש למלא את ההצעה בהתאם להוראות המכרז, בכתב יד.

19. **שאלה:** בפירוט מנהלי הקמפיינים במסמך פירוט הפרוייקטים אנחנו מתבקשים להציג שמות לקוחות ופירוט על קמפיינים שונים שבוצעו. עקב חיסיון לקוח ישנה בעיה לחשוף שמות לקוחות. האם ניתן לציין במקום שם המקום המפורש: לקוח בתחום ה_____?

תשובה: ככל שקיים חשש בחשיפת שם הלקוח, ניתן לציין פרטים כלליים על הלקוח מבלי לציין את שמו במפורש (לדוגמא: "לקוח מתחום הקמעונאות").

20. **שאלה:** ברצוננו להעלות בקשה – התמורה היחידה המשולמת על ידכם למציע הזוכה הינה דמי הניהול בגין תקציב הקמפיינים. על מנת שההצעה המסחרית תהיה כזאת שתאפשר למציעה להעניק שירות מיטבי ללפ"מ ולמשרדי הממשלה המפרסמים בחו"ל וכדי למנוע מצב בו הזוכה יאלץ לעבוד במצב של הפסד תמידי, אנו מבקשים כי במקביל לקביעת רף מקסימלי לדמי ניהול ייקבע גם סף מינימאלי לדמי הניהול – זאת כדי למנוע מצב שעלול להיגרם בו מציע ינקוב בעמלה המציבה אותו בהפסד תמידי וכך השירות שיוכל להעניק יהיה מתחת לסטנדרטים המצופים. דוגמא לקביעת עמלת ריצפה מינימאלית, הינה, מכרז הרכבת שהתנהל בחצי השנה הראשונה של 2017.

תשובה: הבקשה נדחית. יובהר, כי בהתאם לדיני המכרזים ועדת המכרזים של המזמין רשאית לפסול "הצעה גירעונית", בהתאם לכלל נסיבות העניין.

21. **שאלה:** נבקש לקבל הבהרה מה נחשב כניגוד עניינים ו/או אינטרסים מבחינת המזמין.

תשובה: לא ניתן להשיב על שאלה זו בצורה ממצה, והדבר תלוי בנסיבות הספציפיות של כל מקרה ומקרה.

22. **שאלה:** דרישות כ"א מקצועי – נרשם כי המציע לא יהיה רשאי להחליף או לשנות את הרכב הצוות הקבוע ללא אישור בכתב ומראש מאת המזמין. עם זאת, בעולם התעסוקה, אין לנו שליטה על שינויי כ"א אשר יידרשו מכורח נסיבות שאינן תלויות במציע:

- חופשת לידה.
- יציאה למילואים.
- חופשות רגילות מן המניין להן זכאי כל עובד במדינת ישראל.
- החלפת מקום עבודה / התפטרות.
- תאונה אישית ח"ח.
- נבצרות מכל סיבה אחרת.

בקורות כל אחד מהמקרים הללו, נדרשת הבהרה האם המזמין מבקש שלא להחליף את איש הצוות החסר באיש מקצוע אחר באותה רמת ידע/מקצועיות/ניסיון, או שעל המזמין כן לספק תחליף באופן מידי.

במידה והמזמין נדרש לספק תחליף באופן מידי, ומכיוון שמציאות תנאי השוק הקיימים כיום בישראל מכתבים תהליכי גיוס אשר לוקחים מספר חודשים (בין 3 ל-5 חודשים) לגיוס של אנשי מקצוע ברמת הידע והניסיון אשר נדרש ע"י המזמין, האם תינתן שהות למצוא איש צוות חדש או שהמזמין יראה זאת כהפרת הסכם במידה ולא יספיק איש צוות חלופי באופן מידי כדי לעמוד בכל הספק הקמפיינים הנדרש. נושא זה חשוב כדי שנדע לתמחר עתודה מקצועית אשר תהיה זמינה בכל רגע נתון לגיבוי. עלינו לשקלל אפשרות זו בהצעתנו במכרז.

תשובה: סעיף 7(ו) למכרז קובע כי הקבלן מתחייב שבכל מקרה בו נבצר מראש הצוות ו/או ממנהלי הקמפיינים לבצע את העבודה מחמת מחלה, חופשה, שירות מילואים או מכל סיבה אחרת, יחליף אותם באדם אחר בעל כישורים מתאימים ובאותה רמה מקצועית, בכפוף לאישור המזמין. כלומר, בין אם מדובר בהיעדרות זמנית של ראש הצוות או מנהלי הקמפיינים (כדוגמת חופשה) ובין אם בהיעדרות מתמשכת או קבועה, על המציע הזוכה להעמיד לרשות המזמין ראש צוות, שני מנהלי קמפיינים בגוגל ושני מנהלי קמפיינים בפייסבוק, בכל רגע נתון.

23. **שאלה:** גורמים המשפיעים על כמות העבודה פר תקציב – נבקש לבדוק אפשרות כי המזמין יגדיר רף מינימום לתקציב ליחידת ניהול של קמפיין ו/או קהלי יעד ו/או Adgroup/AdSet – לשיקול דעתו, אשר במידה והתקציב יהיה מתחתיו, יושלמו דמי הניהול למינימום ריאלי כדי להעמיד את הצוות המקצועי ביותר בכמות מספקת של אנשי צוות כדי לטפל בכל קמפיין - קטן כגדול – באותה רמה מקצועית.

תשובה: הבקשה נדחית. העמלה שתשולם לזוכים במכרז תהיה עמלה אחידה, בהתאם להצעת המחיר שיגישו למכרז.

24. **שאלה:** עבודה מחוץ לשעות העבודה המקובלות – במידה ותידרש עבודה שכזאת מחוץ לשעות העבודה המקובלות ו/או בחגים וחופשות רשמיות של מדינת ישראל, האם היא תתמחר בנפרד כתוספת מעל דמי הניהול הנוכחיים, או שעל המזמין לשקלל בהצעתו גם אפשרויות שכאלו ולכלול אותן בתוך דמי הניהול הנוכחיים אשר אותם הוא מציע.

תשובה: לא תשולם כל תמורה נוספת מעבר לעמלה הנקובה בהצעת המחיר של הזוכים במכרז. לעניין זה ראו סעיף ב' לנספח ב' למכרז.

25. **שאלה:** מצוין כי נדרשים מסמכים המעידים כי המציע מוגדר כ- GOOGLE PARTNER והינו בעל הסמכה מתאימה ברשת החיפוש, התוכן וגוגל אנליטיקס.

א. עבור הסמכת רשת החיפוש והתוכן- האם צילום מסך מתוך האתר מהווה מסמך קביל? במידה ולא – אילו מסמכים נדרשים מעבר לכך?

תשובה: צילום מסך יהווה מסמך קביל. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, המזמין יהיה רשאי לבדוק בעצמו את הסמכת המציע.

לפח

לשכת הפרסום הממשלתית
רח' אחד העם 9, תל אביב 65251
מגדל שלום, קומה 15
טל' 03-5140444, פקס' 03-5140400
www.lapam.gov.il

ב. עבור הסמכת גוגל אנליטיקס - האם צילום מסך מתוך האתר מהווה מסמך קביל?
במידה ולא – אילו מסמכים נדרשים מעבר לכך?

תשובה: צילום מסך יהווה מסמך קביל. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, המזמין יהיה רשאי לבדוק בעצמו את הסמכת המציע.

26. **שאלה:** בסעיף 4(ג)(2) נדרשות תעודות הסמכה של גוגל עבור מנהלי הקמפיינים המוצעים – האם ישנה דרישה להסמכה בהתמחות מסויימת (דיספליין/ מובייל/ חיפוש/ וידאו) או שכל התמחות עומדת בתנאי הסף?

תשובה: כל התמחות תעמוד בתנאי הסף.

27. **שאלה:** דו"ח סיכום קמפיין לדוגמא וסט-אפ של הקמפיין סעיף 9(א) –

א. מה נכלל בהגדרת סט-אפ של הקמפיין? מה צריך להיות היקף התיאור של הרכיב הזה במסמך?

תשובה: סט-אפ של הקמפיין מגלם את אופן בניית הקמפיין על כל שלביו. הסט-אפ אמור להיות מפורט ככל שניתן.

ב. האם יש להתייחס למסמך זה במהלך הפרזנטציה או שכל הניקוד יתקבל בגין התרשמות מהמסמך המצורף?

תשובה: רצוי מאוד להתייחס לדו"ח סיכום הקמפיין ולסט-אפ של הקמפיין במהלך הפרזנטציה, לאור העובדה כי בחינת הפרוייקטים הקודמים שביצע המציע בניהול קמפיינים בגוגל ובפייסבוק לקהל יעד בחו"ל תיעשה על סמך המפורט בהצעת המציע וממצאי הפרזנטציה, ולאור המפורט בסעיף 9(א) למכרז. יחד עם זאת, הניקוד שיינתן לדו"ח סיכום הקמפיין והסט-אפ של הקמפיין, בשיעור של 15%, יינתן אך ורק על סמך התרשמות המזמין מדו"ח סיכום קמפיין לדוגמא והסט-אפ של הקמפיין, כפי שצירף המציע להצעתו.

ג. האם ישנה דרישה לפורמט המסמך – PDF/ מצגת/ אקסל?

תשובה: אין דרישה לפורמט מסוים, אם כי רצוי כי הדוחות יוגשו בקובץ אקסל. ניתן ורצוי להגיש את הדוחות, בנוסף, גם במדיה דיגיטלית (דיסק און קי או CD).

ד. האם ישנה דרישה להיקפו הכולל של דו"ח הסיכום ותיאור הסט-אפ?

תשובה: אין דרישה לעניין היקף הדו"ח, אך רצוי שיהיה מפורט ככל שניתן.

28. **שאלה:** פירוט 3 פרויקטים במסמך נפרד – 5(א)(5) –

א. האם 3 הפרוייקטים הללו יכולים להיות חופפים לארבעת הפרוייקטים בהיקף M1 ומעלה שיצוינו בנספח א, טופס פרופיל מציע?

תשובה: אין מניעה כי הפרוייקטים יהיו חופפים, בכפוף לעמידתם ביתר תנאי המכרז.

ב. האם ישנה דרישה לפורמט המסמך – PDF/ מצגת/ אקסל?

לפח

לשכת הפרסום הממשלתית
רח' אחד העם 9, תל אביב 65251
מגדל שלום, קומה 15
טל' 03-5140444, פקס' 03-5140400
www.lapam.gov.il

תשובה: אין דרישה לפורמט מסוים, אם כי רצוי שיוגשו במצגת פאוור-פוינט או כ-PDF.

ג. האם ישנה דרישה להיקפו הכולל של תיאור כל אחד משלושת הקמפיינים?

תשובה: אין דרישה מסוימת לגבי היקף המסמך, ובעניין זה יפעל כל מציע על פי מיטב שיקול דעתו.

29. **שאלה:** פרופיל חברה/ שותפות סעיף 5(ג) – האם ישנה דרישה להיקפו הכולל של המסמך?

תשובה: כאמור בסעיף 5(ג), על הפרופיל לפרט את תחומי ההתמחות; שנות הפעילות; מצבת כוח האדם; המערך הלוגיסטי; סוגי לקוחות; ניסיון קודם בביצוע השירותים. אין דרישה להיקף כמותי של המסמך מבחינת מספר עמודים.

30. **שאלה:** בנספח א, טופס פרופיל מציע, נדרשים לתאר את הניסיון בניהול 4 קמפיינים ומעלה בהיקף של M1 ומעלה בטבלה ייעודית לשם עמידה בתנאי הסף. האם הטבלה הנ"ל הינה כל הפירוט הנדרש בהקשר זה או שיש לצרף מסמך נוסף המפרט על הקמפיינים הללו?

תשובה: אין צורך בצירוף מסמך נוסף, והטבלה מכילה את כל הפירוט הנדרש.

31. **שאלה:** עוד בנספח א, תחת הרכב הצוות המקצועי נדרשים לפירוט עבודות ורשימת לקוחות במסגרת טבלה מצומצמת, האם ניתן להעתיק את הטבלה למסמך נפרד ורחב יותר? במידה וכן:

א. האם המסמך המצורף יכול להוות תחליף למילוי הטבלה הנ"ל וניתן להשאיר אותה ריקה?

ב. האם ניתן למלא את המסמך המצורף באופן ממוחשב ולא בכתב יד?

תשובה: לא ניתן להעתיק את הטבלה למסמך נפרד. חובה למלא את הטבלה בהתאם להוראות המכרז, בכתב יד.

32. **שאלה:** בסעיף 5 (ז) נדרש נסח חברה לעניין היעדר חובות – האם צילום המסך הראשון המתקבל בעת חיפוש באתר האינטרנט של רשות התאגידים הינו מסמך קביל ומספק? מסך זה לא ניתן לייצוא וכאשר עוברים למסך הבא הכולל פירוט מלא על החברה, לא מופיע סטטוס "היעדר חובות" הנדרש בסעיף זה.

תשובה: המציעים יצרפו להצעה נסח חברה/ שותפות, על פי ההוראות המפורטות בסעיף 5(ז) למכרז. להלן קישור להפקת הנסח מרשם התאגידים:

<https://ica.justice.gov.il/Request/OpenRequest?rt=CompanyExtract>

יצוין כי במידה שלמציע אין בנמצא נסח המאשר את הנ"ל, יהיה עליו להעביר, כתנאי לחתימת ההסכם אם יוכרז כזוכה במכרז, נסח עדכני אשר לא מצוינים בו חובות אגרה שנתית לשנים שקדמו לשנה שבה מוגשת ההצעה ולא מצוין בו כי המציע הינו חברה מפרת חוק או שהיא בהתראה לפני רישום כחברה מפרת חוק.

33. **שאלה:** בסעיף 4(ט) (1) נדרש אישור פקיד מורשה, רו"ח או יועץ מס על ניהול חשבונות עפ"י פקודת מס, אך לא מצורף נספח:

א. האם משרד רואי החשבון המספק שירותי ביקורת הינו הגוף שצריך לחתום על הצהרה זו?

ב. האם ישנו פורמט מסויים עבור הדרישה הנ"ל?

תשובה: ניתן לצרף אישור של משרד רו"ח, המספק שירותי ביקורת, לפיו:

- א. המציע מנהל את פנקסי החשבונות והרשומות שעליו לנהל עפ"י פקודת מס הכנסה וחוק מס ערך מוסף התשל"ו – 1975.
- ב. המציע נוהג לדווח לפקיד שומה על הכנסותיו ולמנהל מע"מ על עיסקאות שמוטל עליהן מס לפי חוק ערך מוסף.

לחילופין, ניתן להפיק "אישור על ניהול פנקסי חשבונות ורשומות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים (אכיפת ניהול חשבונות ותשלום חובות מס), התשל"ו – 1976" מרשות המסים בישראל.

34. שאלה: סעיף 5(ט) – האם נדרשים מסמכים בנוסף לנספח ה: אם כן, מהם?

תשובה: כן. ראו סעיף 4(ט) (1) למכרז.

35. שאלה: בנספח ו, סעיף 5(י) "תצהיר מציע ובעלי שליטה בדבר זכויות עובדים" – נדרשת חתימתם של בעלי השליטה. בעלת השליטה בחברתנו הינה חברה אמריקאית. האם מורשה החתימה רשאי לחתום על התצהיר במקום בעל השליטה? במידה וכן, האם יש לשנות את נוסח התצהיר ולהחליף את הביטוי "בעלי השליטה" ל"מורשי חתימה"? האם להשאיר את הנוסח כפי שהוא?

תשובה: בנסיבות העניין, ניתן להסתפק בחתימת מורשי החתימה מטעם המציע. אין צורך לשנות את נוסח התצהיר.

36. שאלה: בסעיף 5(יא), נספח ז' – "תצהיר המציע בדבר שימוש בתוכנות מקוריות" – מי בעל התפקיד אשר נדרש לחתום על המסמך? האם מנהל IT יכול לחתום גם אם אינו מוגדר כמורשה חתימה או שמורשה חתימה בלבד רשאי לחתום?

תשובה: התצהיר יחתם על ידי מורשה חתימה מטעם המציע.

37. שאלה: סעיף 14, הנחיות הגשה: האם יש להגיש את שלושת העתקי ההצעה ב-3 מעטפות סגורות ובתוכן 3 מעטפות סגורות נוספות עם הצעת המחיר והעתקה? או לחילופין יש להגיש את שלושת העתקי ההצעה במעטפה אחת ובתוכה שלושת העתקי הצעת המחיר?

תשובה: יש להגיש את 3 העותקים במעטפה סגורה אחת, אשר תכיל בתוכה גם מעטפה סגורה ונפרדת שכוללת את הצעת המחיר, לרבות העתקי הצעת המחיר. במידה והצעת המחיר לא תוגש במעטפה סגורה ונפרדת, לרבות העתקי הצעת המחיר, או שהצעת המחיר מטעם המציע תופיע בצורה גלויה בכל דרך אחרת במסגרת ההצעה, יוביל הדבר לפסילת ההצעה.

38. שאלה: סעיף 9(א) בחינת איכות ההצעה: האם כל מי שיעמוד בתנאי הסף כמפורט בשלב הראשון יזומן להציג את שלושת הפרוייקטים בפני המזמין?

תשובה: כן.

39. שאלה: ניקוד ותכולות הפרזנטציה – מצויין כי על המציע להציג את עצמו ופעילותו ולפרט בדבר 3 פרוייקטים וכי על תכולה זו יתקבלו 25% מכלל הניקוד. עוד מצויין בסעיף נפרד כי הפרוייקטים מקבלים 60% מהניקוד. בהקשר זה אשמח להבהרות הבאות:

- א. כיצד מובחן ניקוד הפרזנטציה מניקוד הפרוייקטים ומהם המדדים על בסיסם יוכרעו 25% מכלל הניקוד?

תשובה: ניקוד הפרוייקטים ייעשה על סמך בחינת המסמך הנפרד שיצרף המציע להצעתו, כמפורט בסעיף 5(א) למכרז ועל פי ממצאי הפרזנטציה. כלומר, הפרזנטציה, במהלכה יפרט המציע אודות הפרוייקטים האמורים, תסייע למזמין בהערכת הפרוייקטים הקודמים. מעבר לכך, יינתן ניקוד בשיעור של 25% לפרזנטציה עצמה, אשר תקיף נושאים רחבים יותר מפירוט הפרוייקטים הקודמים. כפי שנאמר במכרז, בפרזנטציה יציג המציע את עצמו ופעילותו, ויידרש – בחלקה – לענות על שאלות כלליות לעניין תפיסת עולמו בניהול קמפיינים. במובן זה, הפרזנטציה עשויה להתנהל כמעין ראיון, במסגרתו תינתן למזמין האפשרות להתרשם מיכולותיו המקצועיות של המציע, מעבר לבחינת הפרוייקטים הקודמים.

ב. מהי התכולה שתבחן במהלך הפרזנטציה?

תשובה: ראו תשובתנו לסעיף א' לעיל.

ג. כמה זמן יוקצב לכל פרזנטציה?

תשובה: משך הפרזנטציה לא יוגבל מראש, אך היא תימשך זמן סביר בהתאם לצרכי המזמין.

40. **שאלה:** לגבי דוח סיכום קמפיין לדוגמא ו-סט אפ של הקמפיין, האם הכוונה היא למבנה של דוח סיכום ללא נתונים או דוח סיכום עם נתוני הקמפיין בפועל?

תשובה: הכוונה היא לדוחות הכוללים את כל הנתונים והמספרים הרלוונטיים.

41. **שאלה:** לגבי 3 תיאורי הקמפיינים – נתוני הקמפיינים והתוצאות הם מידע פרטי של הלקוחות. האם צריך לחשוף נתונים? אם כן, אילו נתונים? האם אפשר לחשוף רק נתונים באחוזים?

תשובה: יש לפרט את כל הנתונים והמספרים, לרבות כל מידע רלוונטי אחר, וזאת על מנת שניתן יהיה להתרשם מרמתו המקצועית של המציע ומביצועיו. ככל שקיים חשש בחשיפת פרטי הלקוח, ניתן לציין פרטים כלליים על הלקוח מבלי לציין את שמו במפורש (לדוגמא: "לקוח מתחום הקמעונאות").

בברכה,

ועדת המכרזים