

מכרז מספר 25/15 למתן שירות יעוץ אסטרטגי, פרסומי וקשרי קהילה לפרויקט צירי העדפה כנס מציעים



29 בנובמבר 2015

9:30

התכנסות

1

9:45

דברי פתיחה

2

10:00

הצגת הפרויקט

3

10:15

עיקרי המכרז

4

11:00

שאלות המשתתפים

5

- מובהר, כי תוכן מצגת זו וכל דבר שיאמר בעל-פה במהלך הכנס אינם מהווים חלק מתנאי המכרז, לא יחשבו למצג מצד המזמינה ולא יחייבו את המזמינה או את ועדת המכרזים באופן כלשהו. אך ורק מסמכים בכתב המוגשים למתמודדים במסגרת המכרז, לרבות ההבהרות למסמכי המכרז שיימסרו למתמודדים בכתב בהתאם למסמכי המכרז, יחייבו את המזמינה
- הפרטים המופיעים במצגת זו הינם תיאור תמציתי של התנאים המפורטים במסמכי המכרז. על המתמודדים להסתמך אך ורק על מסמכי המכרז עצמם. בכל מקרה של סתירה בין האמור במצגת זו לבין האמור במסמכי המכרז, יגברו הוראות מסמכי המכרז
- למען הסר ספק, יובהר כי תנאי סף להשתתפות במכרז הינו השתתפות בכנס מציעים זה

תיאור הפרויקט

תיאור השירותים ומבנה הצוות

תנאי הסף למציע ולאנשי הצוות

הניקוד האיכותי נוסחת הניקוד והתמורה

לוחות זמנים להליך ותקופת ההתקשרות

יעדי הפרויקט

הפיכת התחבורה הציבורית
לאטרנטיבה לרכב הפרטי

הגדלת מספר הנוסעים
בתחבורה הציבורית

שיפור רמת השירות של
התחבורה הציבורית

עקרונות הפרויקט

תפיסה הוליסטית

תשתיות
תפעול
תכנון תנועה

השלמה למערכת
עתירת נוסעים
המתוכננת

משלימה את
מערכות ה BRT
המתוכננות LRT-I

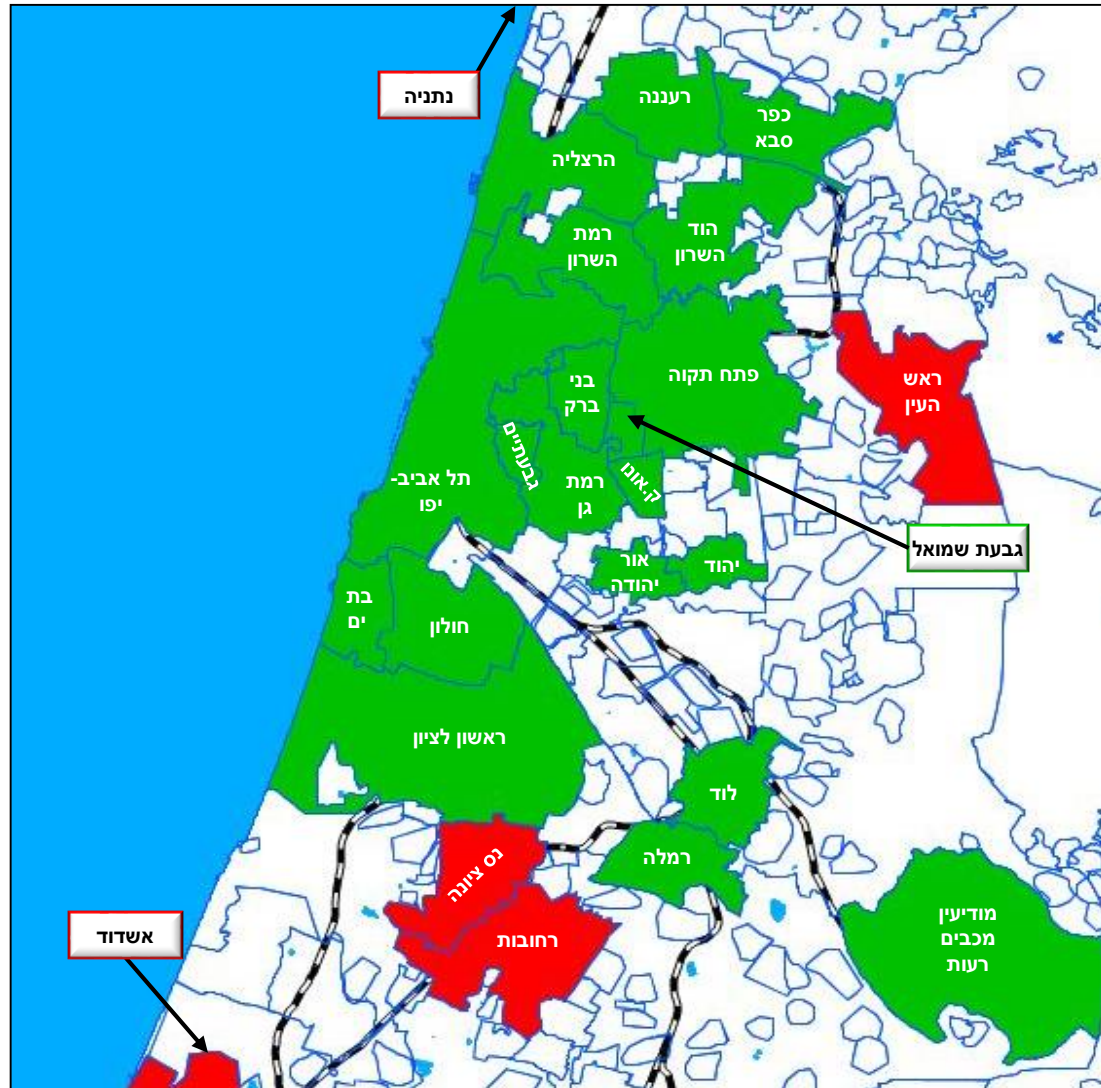
רציפות
מטרופולינית

יצירת רשת
רציפה של צירי
העדפה

יישום הפרויקט
בטווח קצר

יישום מלא תוך
פחות מ 5 שנים





מקרא:

- רשויות בשלבי תכנון
- רשויות בהן מקודמת העדפה במסגרת אחרת

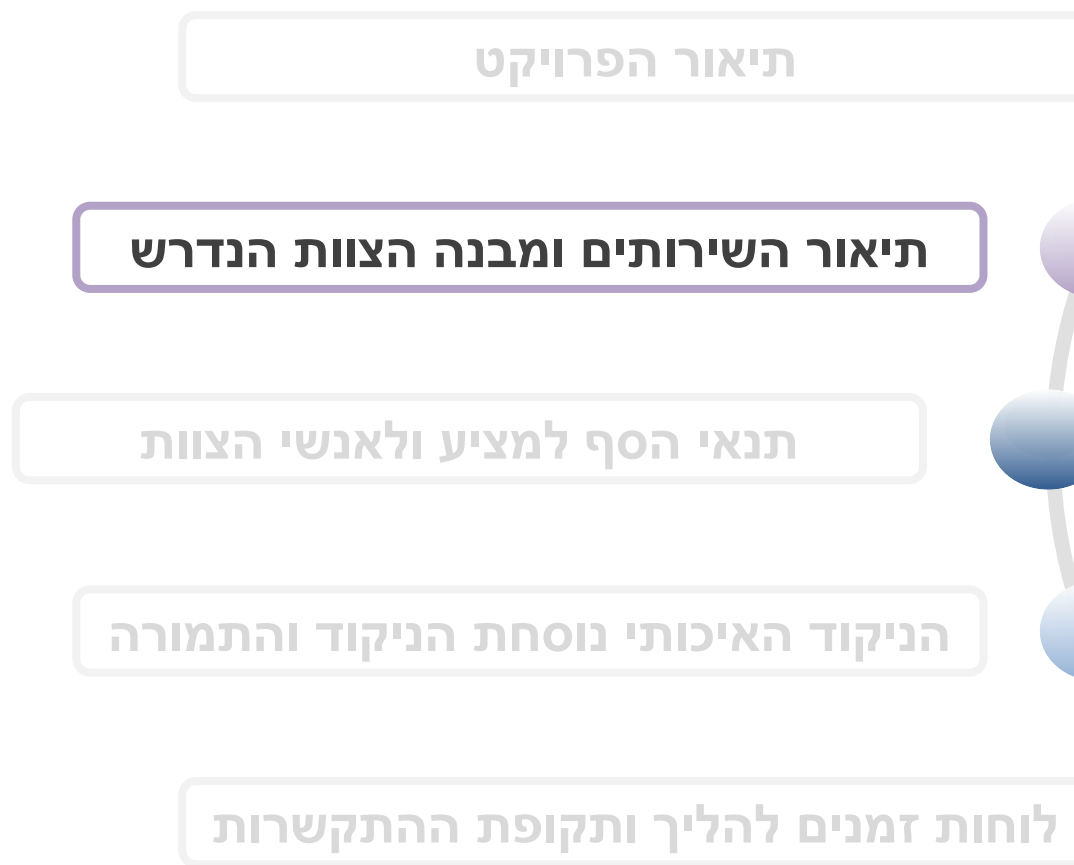
סטטוס הפרויקט

האתגר ההסברתי

נדרש ליווי תקשורתי
ומערך הסברה שוטף
לאורך התקדמות
הפרויקט



לפרויקט צפויות השלכות
רבות על ציבור המשתמשים
וגורמי עניין



קשרי קהילה

העברת מסרים לציבור
המושפע באופן ישיר
מהפרויקט

פרסום ומיתוג

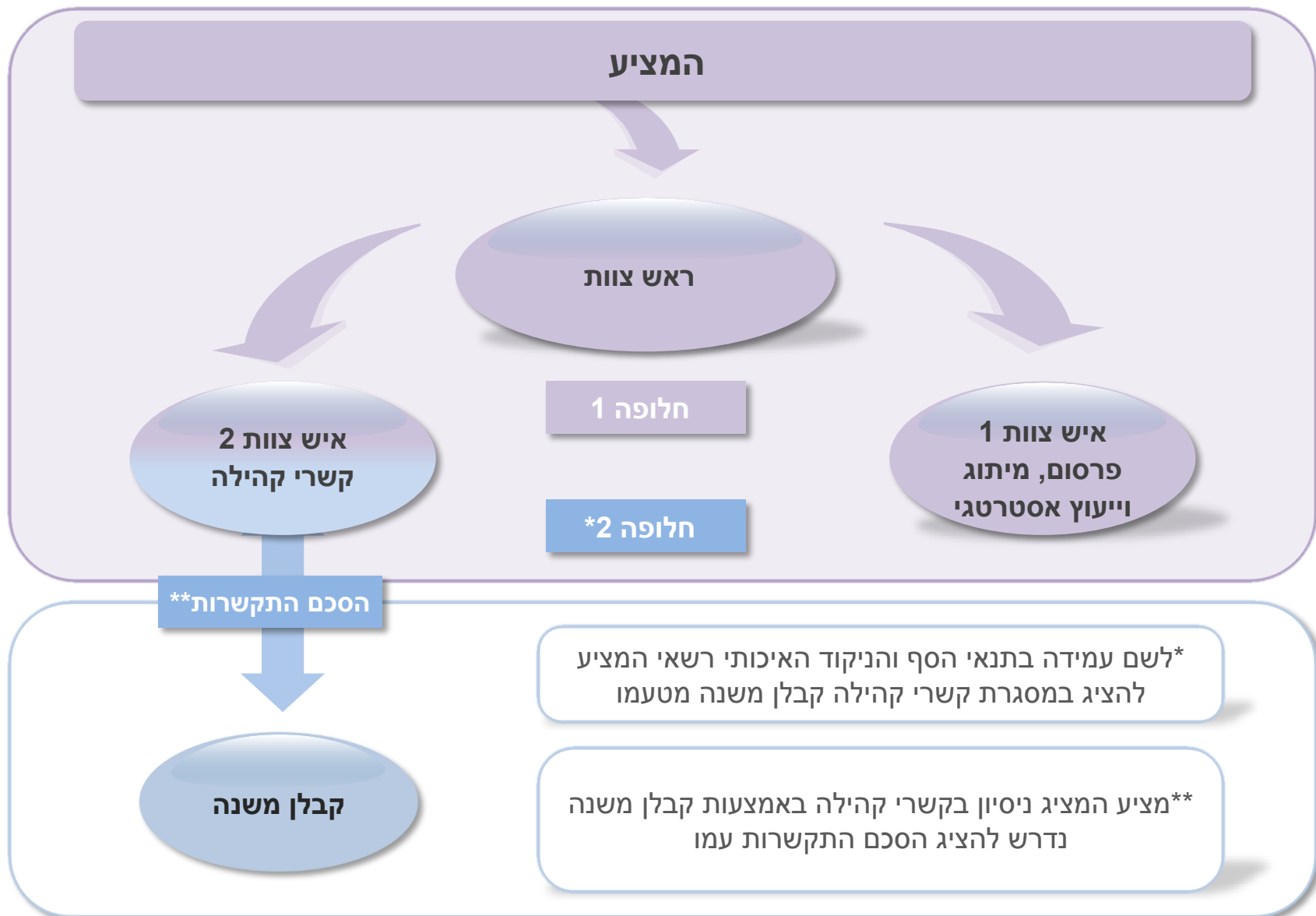
תכנון, ניהול, פיקוח
ובקרה של הפרסום
והמיתוג

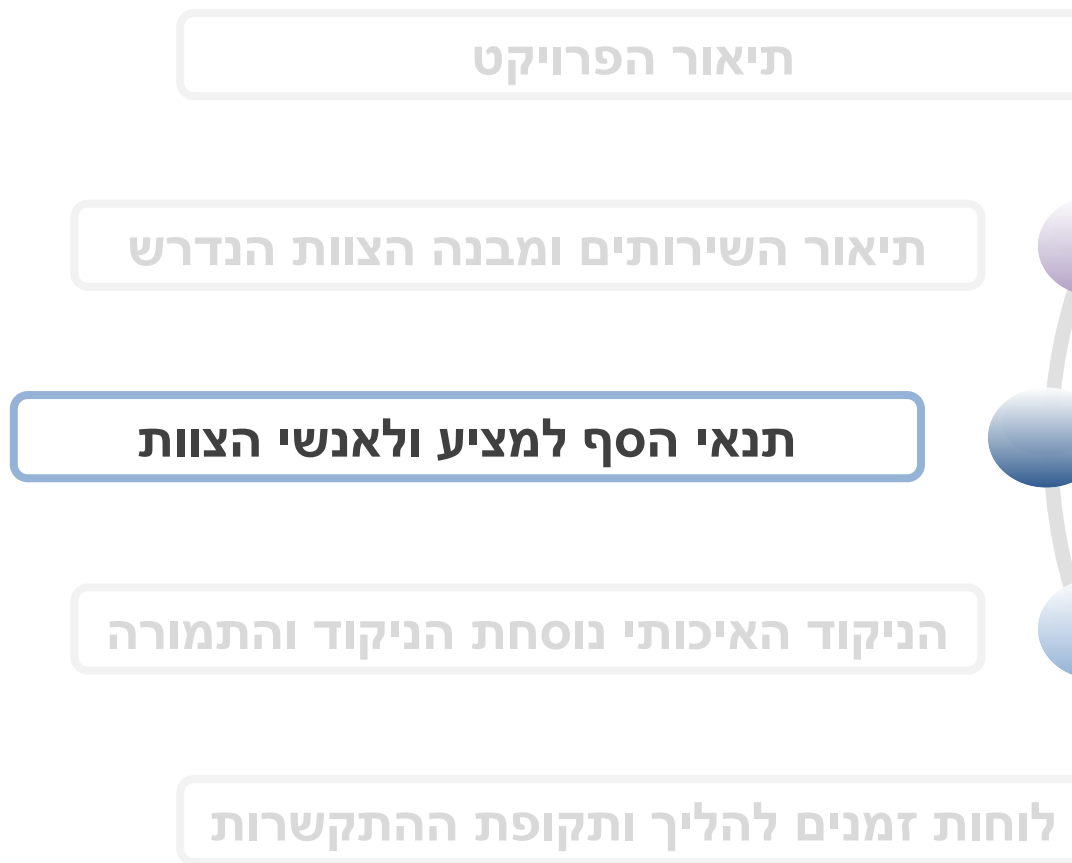
יעוץ אסטרטגי

בניית אסטרטגיה
שיווקית לפרויקט

הכנת הציבור להשלכות הפרויקט על ידי מיתוגו ושיווקו
הדגשת התועלת לכלל הגורמים
שיתוף ורתימת גורמי העניין לפרויקט ככל הניתן

המטרה





הגדרות

המציע

תאגיד רשום/
עוסק מורשה

ערבות הצעה
₪ 150,000

בעל 5 שנות ניסיון לפחות מתוך 8 השנים שקדמו למועד הגשת ההצעות

פרסום
ומיתוג

ו/או

ייעוץ
תקשורתי

לפחות 2 פרויקטים בהם המזמין
היה גוף ציבורי

לפחות 2 פרויקטים בתחום שירותי
קשרי קהילה*

לפחות 2 פרויקטים בתחום
תשתיות תחבורה במרחב עירוני

איש צוות 2
קשרי קהילה

3 שנות ניסיון לפחות מתוך 5 השנים
שקדמו למועד הגשת ההצעות

קשרי קהילה

פרויקטים עבור גוף ציבורי
2 פרויקטים

איש צוות 1
פרסום ומיתוג
וייעוץ אסטרטגי

3 שנות ניסיון מתוך 5 השנים שקדמו
למועד הגשת ההצעות

אסטרטגיה
שיווקית

וגם

מחקרי שוק

פרויקטים עבור גוף ציבורי
2 פרויקטים

ראש הצוות

7 שנות ניסיון לפחות מתוך 10
השנים שקדמו למועד הגשת
ההצעות

פרסום
ומיתוג

ו/או

ייעוץ
תקשורתי

פרויקטים עבור גוף ציבורי
3 פרויקטים



המציע ואנשי הצוות מטעמו נדרשים להוכיח ניסיון לצורך קבלת מלוא הניקוד האיכותי

איש צוות 2	איש צוות 1	ראש הצוות	המציע	גוף ותחום עיסוק קריטריון
קשרי קהילה	מחקרי שוק ואסטרטגיה שיווקית	ייעוץ תקשורת ו/או פרסום ומיתוג	ייעוץ תקשורת	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	מתן שירותים לגוף ציבורי
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	ניסיון בתחום תשתיות התחבורה
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	ניסיון בתחום קשרי הקהילה**
8 נק' סה"כ לאיש צוות 2	8 נק' סה"כ לאיש צוות 1	12 נק' סה"כ לראש הצוות	12 נק' סה"כ למציע	

מתדולוגיה*

כלל הרכיבים
ייבחנו לאור

היתכנות
ישימותם

חשיבה
יצירתית

הכרת תחומי
העיסוק של
החברה

הצגת האתגר העומד בפני חברת נתיבי איילון

הצגת האסטרטגיה הן בפן התקשורתי פרסומי והן בפן קשרי הקהילה

הצגת תכנית עבודה כללית

הערכה תקציבית
לכל שלב

תכנית פרסום
ומיתוג

מיפוי גורמי עניין

פילוח כללי של
קהלי היעד

שיטות מדידה לבחינת
עמידה ביעדים

יעדים עפ"י לו"ז

תכנים שיווקיים

הצגת המקרה תיבחן
לאור ההצלחה
בהתמודדות עם
האתגר התקשורתי

Case Study מניסיון המציע

תוצאות
הטיפול
במקרה

מדדי הצלחה
לתכנית
ההסברה

יעדי תכנית
ההסברה

פירוט שלבי
בניית תכנית
הסברה

הצגת האתגר
התקשורתי

30 נקודות לכל סעיף המתדולוגיה

ניקוד

המלצות מלקוחות קודמים – המלצה אחת לפחות לכל אחד מהגורמים על פי תחומים

קשרי קהילה 2 איש צוות	ואסטרטגיה שיווקית פרסום ומיתוג 1 איש צוות	ראש הצוות	המציע	גורם
קשרי קהילה	ייעוץ אסטרטגי וביצוע מחקרי שוק	ייעוץ תקשורתי	ייעוץ תקשורתי	התחום בו נדרשת ההמלצה
	ייעוץ אסטרטגי וביצוע מחקרי שוק	ייעוץ אסטרטגי וביצוע מחקרי שוק	ייעוץ אסטרטגי וביצוע מחקרי שוק	

10 נקודות מסך הניקוד האיכותי

ניקוד

ראיון אישי

בחינת הידע בתחום הרלוונטי ובכל פרט אחר הקשור לניסיון

נציגי החברה יערכו ראיון אישי עם אנשי הצוות עפ"י שיקול דעת החברה

20 נקודות מסך הניקוד האיכותי

ניקוד

מציעים אשר השיגו ניקוד מינימום של 70 מתוך 100 בניקוד האיכותי, יעברו לשלב בדיקת הצעות המחיר

ההצעות ייבחנו באופן יחסי להצעת המחיר הזולה ביותר, כשהצעת המחיר מהווה 30% מסך ניקוד ההצעה

נוסחת ניקוד למרכיב המחיר

$$\frac{\text{ההצעה הזולה ביותר}}{\text{ההצעה הנבחרת}}$$



$$100 =$$

$$\text{ניקוד ההצעה הנבחרת}$$

התמורה שתשולם תהא לפי הנמוך מבין

תחשיב שעתי

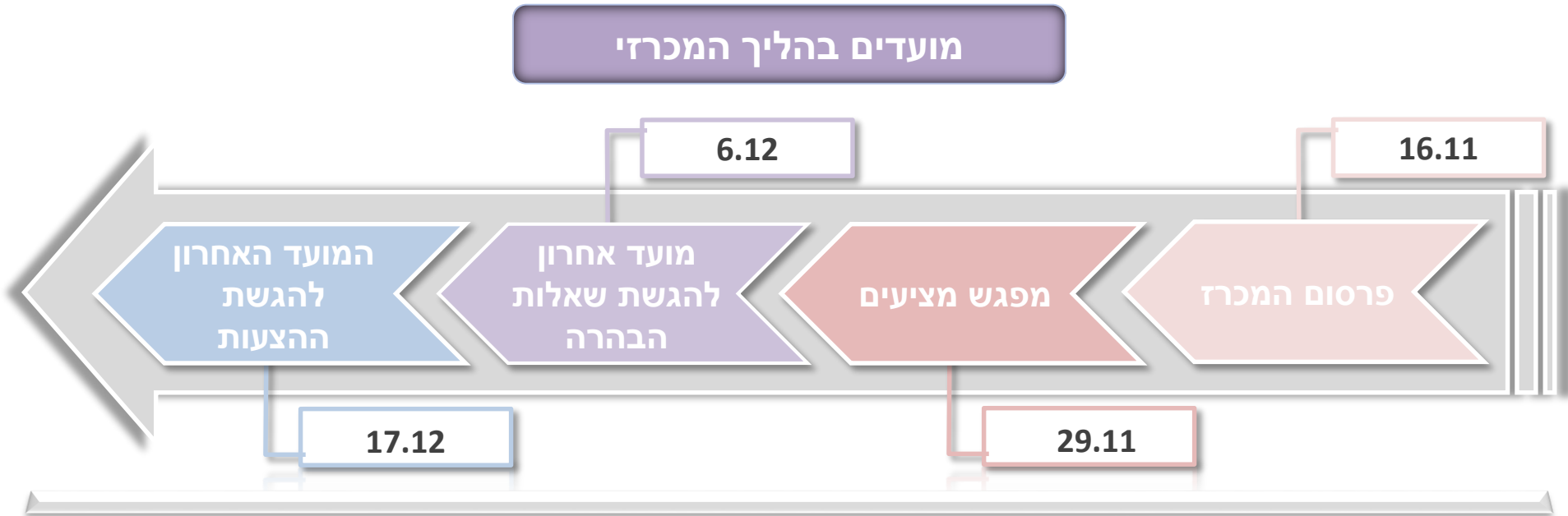
תחשיב על פי שעות העבודה של נותן השירותים בפועל, אשר יחושבו בהתאם לתעריף חשכ"ל*

תשלום חודשי קבוע

הצעת המחיר החודשית של נותן השירותים למתן השירותים נשוא המכרז בכללותם



מועדים בהליך המכרזי

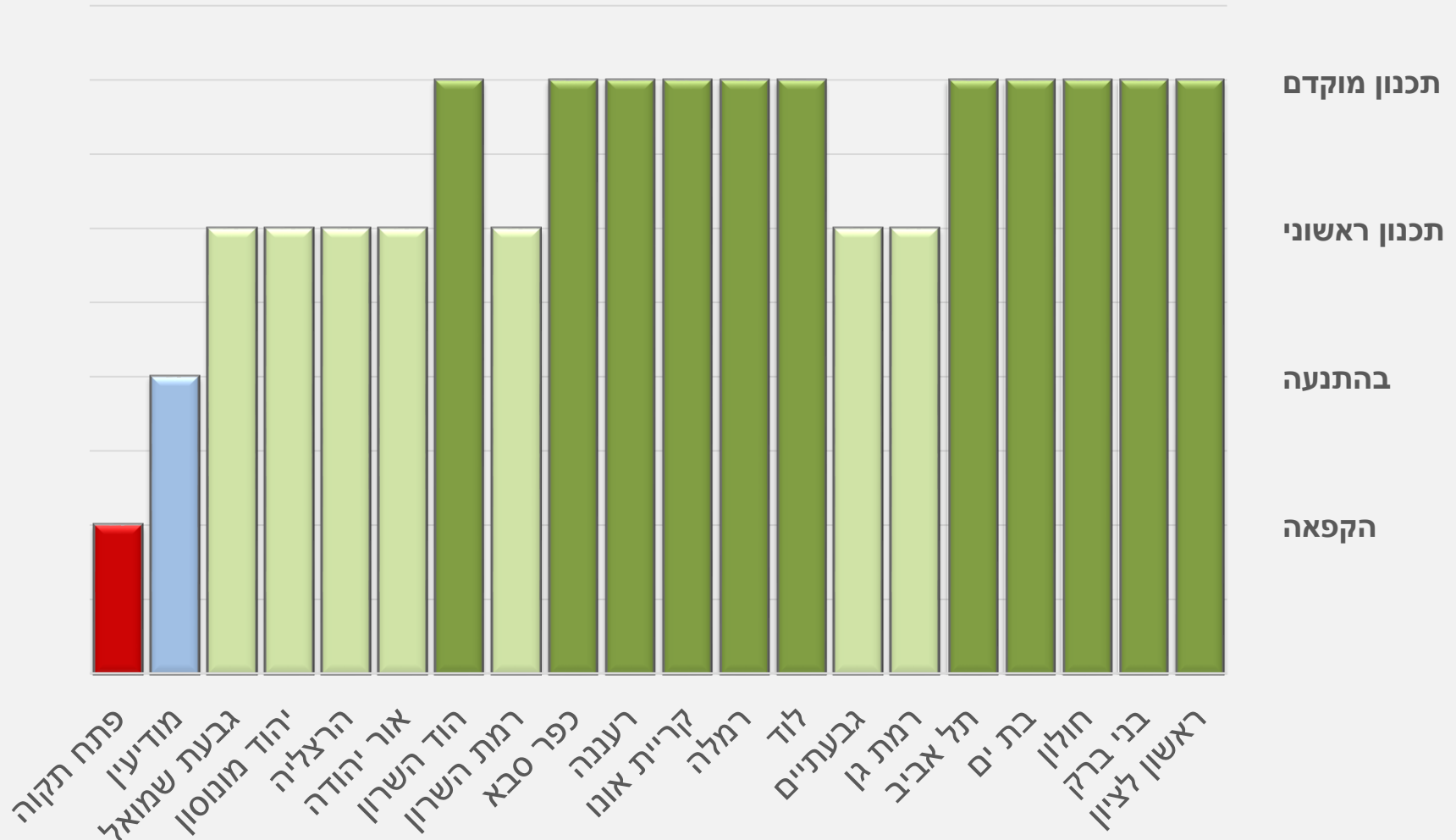


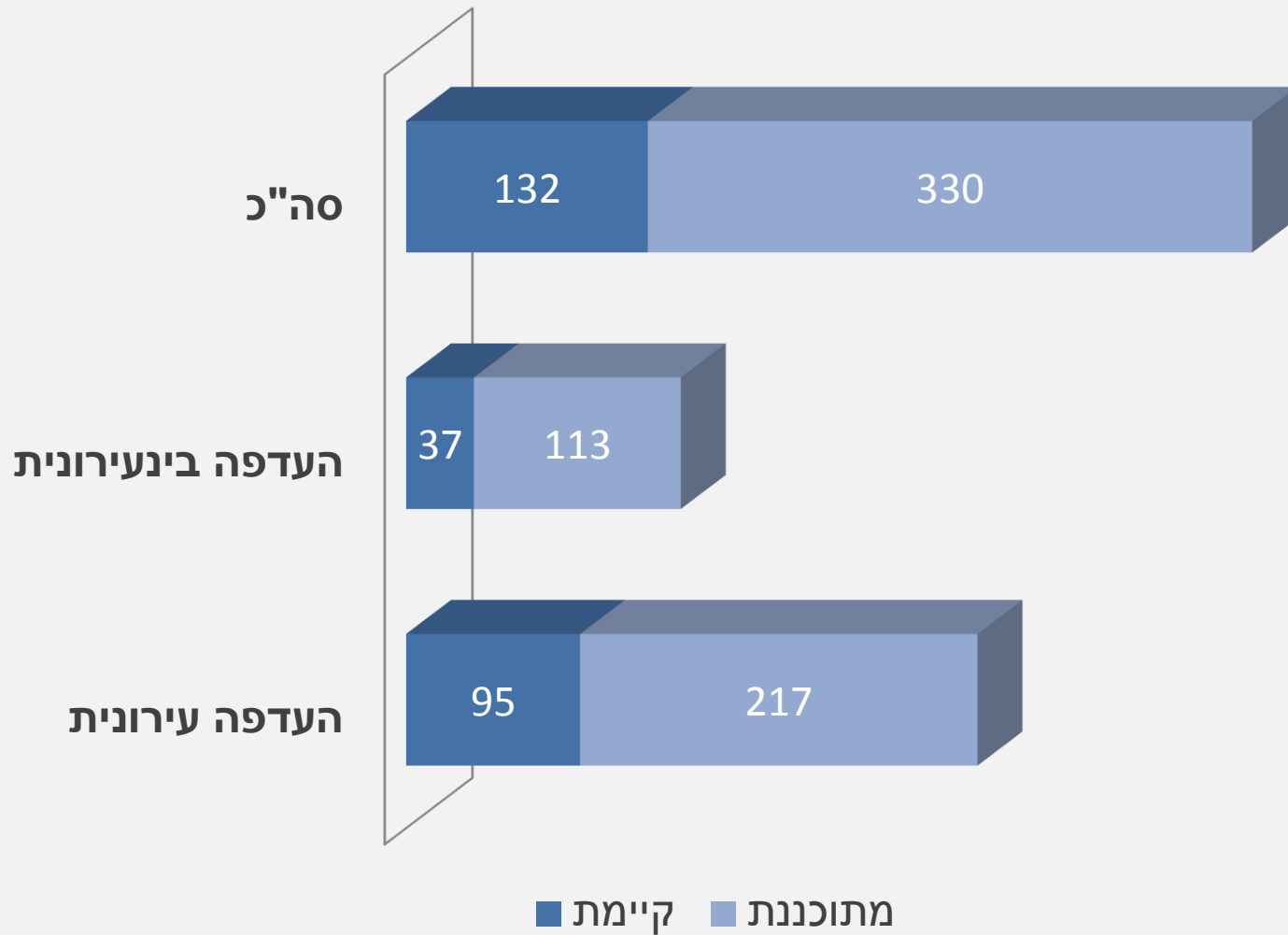
תקופת ההתקשרות





נספחים





חזרה

כלל השירותים הנכללים בסעיפים 2.1.1-2.1.4 במסמך ג' של מסמכי המכרז (מפרט השירותים)

"ייעוץ תקשורתי"

כלל השירותים הנכללים בסעיף 2.1.5 במסמך ג' של מסמכי המכרז (מפרט השירותים)

"פרסום ומיתוג"

כלל השירותים הנכללים בסעיף 2.2 במסמך ג' של מסמכי המכרז (מפרט השירותים)

"קשרי קהילה"

רשות מקומית, רשות ממשלתית, משרד ממשלתי או חברה ממשלתית

"גוף ציבורי"

כל עבודות תשתית ו/או תכולות, בתחום שירותי התחבורה, הפועל במרחב האורבני של הרשות המקומית, ואשר יש לו השפעה על תעבורת כלי הרכב בתחום הפרויקט

"תחום תשתיות תחבורה במרחב עירוני"

פירוט הניסיון

המלצות

ניסיון

תנאי סף