



כ"ו בסיון, התש"פ  
18 יוני 2020

סימוכין : 269660420

לכבוד  
משתתפי המכרז

שלום רב,

**הנדון: מכרז מס' 46/2020 להפעלת מערך שיווקי עבור המגזר החרדי**

1. בהתאם להוראות מכרז מס' 46/2020 להפעלת מערך שיווקי עבור המגזר החרדי (להלן: "המכרז"), להלן טבלת שאלות ההבהרה אשר הוגשו בקשר עם המכרז והתשובות בגינן.
2. יובהר כי אין נוסח השאלות המפורט להלן זהה בהכרח לנוסח שנשאל על ידי המתמודדים וכי לא בהכרח נענתה כל שאלה וכי הסעיפים מתייחסים לנוסח הקודם שפורסם על ידי המשרד.
3. כל ההבהרות, השינויים והתיקונים האמורים מכתב זה, ייחשבו כאילו נכללו במסמכי המכרז מלכתחילה.
4. אלא אם נאמר אחרת, לכל המונחים והמושגים האמורים במכתב זה תהיה הפרשנות כאמור במסמכי המכרז.
5. אין להסתמך על כל הסבר או פירוש שניתן בעל פה או בכתב או בכל דרך אחרת על ידי מי מטעם המשרד או ועדת המכרזים, ככל שניתן, בכל פורום או צורה שהיא. השינויים היחידים מהאמור במסמכי המכרז וכן כל הפירושים וההבהרות להם, הינם כמפורט במכתב זה בלבד, ובמכתבי הבהרות נוספים שיצאו מעם ועדת המכרזים, ככל שיצאו.
6. מכתב זה מפורסם באתר האינטרנט של המשרד בהתאם למפורט במסמכי המכרז.
7. בעת הגשת ההצעה בהתאם להוראות המכרז, על כל מציע להגיש כחלק מהצעתו את מסמך זה חתום על ידו בהתאם להוראות המכרז.
8. מצ"ב להלן שאלות המתמודדים והתשובות שניתנו על-ידי המשרד:

מס'ד	סעיף במכרז	נוסח השאלה	התשובה
1.	16.3.4.3	הצגת תוכנית שיווקית- נשמח לקבל פירוט הסעיפים שצריכה התוכנית השיווקית לכלול, ובאיזו רמת פירוט: מסרים וקונספט תקשורתי, תוצרי קראיטיב, תוכנית מדיה, תוכנית יח"צ וכ' האם ניתן לקבל בריף שמחדד את המטרות? וכן האם יש צורך להתייחס במסגרת התוכנית המוצעת לנקודת מצב מסוימת למשל שגרת קורונה או גל 2 וכדו'	ראו הוראות הסעיף. כמו כן, התכנית צריכה להתייחס למטרות ולצרכים המופיעים במסגרת פרק 1 למכרז. מטרת התכנית היא להראות כיצד רואה המציע את השירותים ואת הערך המוסף שהוא יכול להביא, תוך התייחסות לארועים האחרונים שעברו על מערכת



הבריאות.			
רכישת מדיה מתבצעת ע"י לשכת הפרסום הממשלתית.	האם אפשר לקבל פרטים לגבי אחריות רכישת המדיה לפעילות, מי אחראי על הזמנת המדיה ומי דואג למיקומים (האם זה באחריות הספק?)	17.2	.2
בעיקר המלצות לניסוח, רעיון עיצוב, ולעיתים גם גרפיקה.	האם הריטיינר כולל עלויות גרפיקה?	17.4	.3
ראו מענה לשאלה 1 לעיל.	בעמוד 12, סעיף 16.3.4.3 מופיעה התייחסות לתוכנית שיווקית שעל המציע להגיש ואשר תהיה חלק משמעותי מציון האיכות. על מה אמורה להתבסס התוכנית השיווקית (ברף) כפי שהוראתם בסעיף זה?	16.3.4.3	.4

בברכה,

אורית אפרת לב  
מנהלת אגף רכש

העתק: תיק מכרז 46/2020