



י"ב בחשוון, התשפ"ו  
03/11/2025  
סימוכין: 413939725

לכבוד  
ספקים המעוניינים להשתתף במכרז  
שלום רב,

**הנדון: מכרז 60/2025 להפעלת מערך שיווקי עבור המגזר הערבי והבדואי - מענה לשאלות הבהרה**

1. בהתאם להוראות מכרז 60/2025 להפעלת מערך שיווקי עבור המגזר הערבי והבדואי (להלן: "המכרז"), להלן טבלת שאלות הבהרה 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. בעת הגשת ההצעה בהתאם להוראות המכרז, על כל מציע להגיש כחלק מהצעתו את מסמך זה חתום על ידו בהתאם להוראות המכרז.
7. **תשומת לב המציעים למועדים העדכניים במכרז:**
  - 7.1 **מועד אחרון להגשת שאלות הבהרה – 12/11/2025 עד השעה 15:00.**
  - 7.2 **מועד אחרון להגשת הצעות – 27/11/2025 עד השעה 12:00.**
8. **מענה לשאלות הבהרה – ראה נספח א'.**

ב ב ר כ ה,

לוי                      שניר  
מנהל                      תחום                      רכש                      כללי  
אגף                      בכיר                      רכש                      ונכסים

העתק: תיק מכרז 71/2025



### נספח א' – מענה לשאלות הבהרה

| מס"ד | שם הפרק / הנספח | סעיף במכרז אליו מתייחסת השאלה | נוסח השאלה                                                                                                                                                                                                                                                         | נוסח המענה                                                                                                                                                                                                                                               |
|------|-----------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.   | השירותים        | 3                             | האם ניתן לעיין בתכניות עבודה או דוגמאות כלליות של זכיינים שזכו במכרזים דומים בעבר, על מנת להבין אילו מהלכים שיווקיים הוכיחו עצמם כמוצלחים מבחינת המשרד?                                                                                                            | לא ניתן. התכנית נועדה להעריך את המציעים, כל אחד בהתאם לשיקול דעתו ויכולותיו בהגשת התכנית.                                                                                                                                                                |
| 2.   | השירותים        | 3                             | המכרז מנוסח באופן כללי. האם קיימים תחומים מהותיים שצפויים לעמוד במוקד הקמפיינים השנה (כגון עישון, תזונה, השמנה, בריאות הנפש וכו'), או שמצופה מהמציעים להציע תחומי מיקוד עצמאיים כחלק מהתכנית?                                                                      | לא ניתן לומר בוודאות כעת. המכרז מפרט את השירותים הנדרשים, באופן שניתן לדעת מה יידרש בכל נושא שיתבקש הספק הזוכה לתת שירות, בהתאם לתוכנית העבודה שהמשרד מגבש בימים אלה.                                                                                    |
| 3.   | השירותים        | 3                             | בעת הכנת התכנית, האם נדרש דגש עיקרי על המבנה התפעולי – מערך יחסי ציבור, הפקה, ניהול מדיה ושיתופי פעולה – או גם על הפן המהותי, כלומר הפגנת הבנה באתגרים החברתיים, התרבותיים והבריאותיים בחברה הערבית והבדואית?                                                      | ראו מענה לשאלה 1 לעיל.                                                                                                                                                                                                                                   |
| 4.   | השירותים        | 3                             | בעמוד 2 נכתב כי נדרש ליווי לצורך "סיקור חיובי של מסרי הבריאות המגובשים על ידי אנשי המקצוע במשרד". מהם תחומי המסרים הצפויים להיכלל תחת סעיף זה? האם הסיקור אמור להתמקד במדיות המסורתיות בלבד (פרינט, רדיו, טלוויזיה), או גם במדיה הדיגיטלית והרשתות החברתיות?       | הייעוץ כולל את כל פלטפורמות התקשורת שמתחזק המשרד.                                                                                                                                                                                                        |
| 5.   | השירותים        | 3                             | נכתב כי על הזוכה להפיק מדי חודש 10 כתבות פרינט, 5 אייטמים ברדיו ו-3 בטלוויזיה: האם מדובר באיטמים קבועים ומתמשכים לאורך השנה, או בתכנים חדשים מדי חודש? עד איזו רמת פירוט או מתודולוגיה נדרש להתייחס לכך בתכנית העבודה (לדוגמה: פורמט מוצע, נושאי כתבות, כלי תקשורת | מידע חדש בכל חודש ותואם לזה השוטף שהמשרד מדברר ומפרסם במדיות השונות. על כן נדרש הזוכה לבנות תוכנית עבודה עם נושאים מובילים במהלך השנה ותוך גמישות והתייחסות לעבודה השוטפת של האגף. ביחס לתוכנית העבודה המוצעת הנדרשת להצגה במסגרת המכרז – ראו מענה לשאלה |



| מס"ד | שם הפרק / הנספח | סעיף במכרז אליו מתייחסת השאלה | נוסח השאלה                                                                                                                                                                                         | נוסח המענה                                                                                                                                                            |
|------|-----------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                 |                               | ייעודיים וכדומה)?                                                                                                                                                                                  | מס' 1.                                                                                                                                                                |
| 6.   | השירותים        | 3                             | האם יש דגש גאוגרפי מסוים שעליו יש להתמקד (למשל: אזור הצפון לעומת המשולש או הנגב)? האם קיימים קהלי יעד מועדפים (כגון צעירים, נשים, אנשי דת, קהילות מקומיות)?                                        | המכרז מחולק לשני אשכולות: ערבי כללי צפון ומרכז – משולש. ואשכול דרום נגב.                                                                                              |
| 7.   | השירותים        | 3                             | האם על התכנית לכלול התייחסות לשיתופי פעולה אפשריים עם גורמים חיצוניים – כגון רשויות מקומיות, ארגוני חברה אזרחית, עמותות או מובילי דעת קהל?                                                         | ראו מענה לשאלה 1 לעיל. אין מניעה לכלול בהצעה ייעוץ גם לפעולות כאלה, כחלק מהעבודה הצמודה והשוטפת.                                                                      |
| 8.   | השירותים        | 3                             | מהם יעדיה העל של משרד הבריאות בפעילות התקשורתית מול החברה הערבית והבדואית בשנה הקרובה? האם מדובר בשינוי תדמיתי, בהגברת מודעות, בהעמקת אמון הציבור במשרד, או בעידוד התנהגות בריאותית מסוימת?        | בהחלט, ובהלימה לעבודת התוכנית הלאומית לקידום בריאות בחברה הערבית.                                                                                                     |
| 9.   | השירותים        | 3                             | האם קיימים יעדים מדידים או מדדי תפוקה/תוצאה (KPIs) קיימים שניתן להסתמך עליהם בבניית מדדי ההצלחה בתכנית העבודה?                                                                                     | כרגע לא. אך צפוי כי יהיו בעתיד, והמשרד מצפה מהספק שייבחר לסייע בכך. מצופה מהמציעים ללמוד את הפעילות שנעשתה עד כה, במדיה המסורתית והחברתית ולהציע בהסתמך על הידע שלהם. |
| 10.  | השירותים        | 3                             | האם יש לכלול בתכנית התייחסות לנכסים הדיגיטליים של המשרד, ואם כן – באיזו רמה (אסטרטגיה, תוכן או קידום)?                                                                                             | ניתן. ראו מענה לשאלה 1 לעיל.                                                                                                                                          |
| 11.  | פרק א'          | 4.3.2.1.1.                    | תנאי סף המופיע במכרז, לגבי אשכול 2 (מגזר בדואי):<br>4.3.2.1.1.4 השירות כלל ניהול קמפיין תקשורתי בעלות מינימלית של 200,000 ₪ (עלות קמפיין פרסומי של הגוף מטעמו ועל חשבוננו) הכולל לפחות שלוש כתבות. | הבקשה מתקבלת בחלקה.<br>תנאי סף 4.3.2.1.1.4 למכרז השתנה באופן שהוא מציב דרישה לקמפיין בגובה 50,000 ₪. ראו נוסח המכרז המעודכן.                                          |



| מס"ד | שם הפרק / הנספח | סעיף במכרז אליו מתייחסת השאלה | נוסח השאלה                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | נוסח המענה                                                                                                                                |
|------|-----------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                 |                               | <p>מדובר בתנאי לא סביר. ערוצי המדיה הקיימים, הפונים לחברה הבדואית, הינם מצומצמים והיקף ההשקעה בהם במסגרת קמפיין בודד, אינו עולה על עשרות אלפי שקפים בודדים.</p> <p>בנוסף לכך, לא סביר שאותו סכום, יופיע גם כתנאי סף למגזר הערבי וגם למגזר הבדואי. המגזר הערבי גדול בכ-600% מהמגזר הבדואי.</p> <p>לאור זאת, סף של כ-30,000 יהיה מתאים יותר.</p> <p>בהתאם לכך נדרש גם לצמצם את מספר הכתבות שיש להציג כתמיכה באותו קמפיין, לכתבה אחת.</p> |                                                                                                                                           |
| 12.  | א'              | 5.2.1                         | <p>הצגת תכנית שיווקית - האם ניתן לקבל בריף ברור ומפורט יותר לגבי מטרות התכנית / אתגרים שאיתה היא צריכה להתמודד / מיקודים עיקריים? כרגע ההנחייה היחידה הינה 'התייחסות לשירותים המבוקשים במכרז'. הבקשה הינה גם לאשכול מספר 1 וגם לאשכול מספר 2.</p>                                                                                                                                                                                      | ראו מענה לשאלה 1 לעיל וכן את יתר ההתייחסויות שניתנו לעיל.                                                                                 |
| 13.  | א'              | 4.3                           | <p>בתנאי הסף ובמקומות נוספים מצויין "גוף ציבורי בהגדרתו במכרז" - היכן במכרז מופיעה הגדרה זו? במידה ולא מופיע, נבקש לפרט את ההגדרה.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ראו סעיף 1.9 לפרק ג' למכרז : גוף ציבורי – גוף המנוי בסעיף 2 לחוק חובת המכרזים, תשנ"ב-1992 וכן רשויות מקומיות ואיזורים.                    |
| 14.  | ג               | 2                             | <p>האם במסגרת השירותים המבוקשים נכלל גם ניהול ויצירת תכנים לעמודי הסושיאל של משרד הבריאות בערבית?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | בעקרון לא. נדרש ייעוץ לתכנים העולים בסושיאל. עם זאת, אם תוכנית העבודה לבדואים תתבסס על סושיאל ופחות על עיתונות אז מצופה גם עיצוב וכתביבה. |



| מס"ד | שם הפרק / הנספח | סעיף במכרז אליו מתייחסת השאלה | נוסח השאלה                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | נוסח המענה                                                                                                           |
|------|-----------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15.  | ג'              | 2.3.1.2                       | יזום וקידום חומרי הסברה -<br>האם הכוונה גם לקידום ממומן? או רק לקידום במסגרת יחסי ציבור?                                                                                                                                                                                                                                                      | רק במסגרת יחסי ציבור.                                                                                                |
| 16.  | ג'              | 2.3.1.4                       | גיוס מובילי דעה -<br>האם הכוונה לגיוס תמורת תשלום?<br>ואם כן, מהו המקור התקציבי? האם יש תקציב ייעודי לגיוס מובילי דעת קהל ומשפיענים?                                                                                                                                                                                                          | יהיה מקור תקציבי נפרד לשם כך, והתשלום יבוצע במתכונת גב אל גב, ורק לאחר שהסכום והתשלום, אושר ע"י המשרד מראש.          |
| 17.  | ג'              | 3.8.1                         | היקף ומיקום הכתבות הנדרש, אינו תאום את מפת המדיה במגזר הערבי:<br>פרינט - כמעט ולא קיים כבר.<br>במקום הפרינט - יהיה נכון יותר לכלול אתרי אינטרנט ועמודי שושיאל                                                                                                                                                                                 | מקובל. יש לציין בהצעה.                                                                                               |
| 18.  | ג'              | 3.8.2                         | היקף ומיקום הכתבות הנדרש אינו תואם את מפת המדיה במגזר הבדואי<br>פרינט - כמעט ולא קיים. יהיה נכון יותר לכלול אתרים ועמודי שושיאל<br>רדיו - מאחר ומדובר באותן תחנות רדיו, של המגזר הערבי - זה לא סביר לפרסם שם 5 כתבות הממוקדות במגזר הבדואי. שכן בסה"כ מדובר ב-10 כתבות בחודש. יהיה נכון יותר לצמצם את הכתבות הממוקדות למגזר הבדואי ל-1 לחודש. | בכל הקשור למגזר הבדואי, נקבל חלופות שיוצגו בתוכנית העבודה בצורה עדכנית והולמת את הדרישות.                            |
| 19.  | א               | 5.2.1                         | לגבי הצגת תכנית שווקית -<br>מהי כוונת הדרישה ל"עמודים" — האם ניתן להגיש את החומר בצורת שקפים במצגת, או שמדובר במסמך טקסטואלי (כגון Word)?<br>בנוסף, האם נדרש לבחור נושא מסוים (למשל השמנה) לצורך המחשה והדגמה של התכנית ולהתעמק בו או לתת תכנית לכלל הנושאים בראייה שנתית?                                                                    | ראו מענה לשאלה 1.<br>אין מניעה להגיש כמצגת אבל לא ניתן לחרוג ממס' עמודים המצויין במכרז (ובמקרה של מצגת, מספר שקפים). |



| מס"ד | שם הפרק / הנספח | סעיף במכרז אליו מתייחסת השאלה | נוסח השאלה                                                                                                                                                                                                                                                                         | נוסח המענה                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------|-----------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 20.  | א               | 5.2.1                         | לגבי ניסיון המציע העולה על תנאי הסף - האם קיימת מגבלה על מספר הגופים שנוכל להציע, בין אם מדובר בגופים ציבוריים ובין אם בגופים שאינם ציבוריים?                                                                                                                                      | המציע רשאי להציג ניסיון בהתאם לשיקול דעתו, אולם בחינת העמידה בתנאי הסף וניקוד המציע יעשו רק בהתאם לקבוע במכרז.                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 21.  | א               | 5.2.1                         | לגבי מתן שירות לגוף ציבורי - האם נדרש כי שני הגופים יהיו שונים מאלה שצוינו בסעיף הקודם (ניסיון המציע העולה על תנאי הסף)? והאם ניתן להוסיף מעל 2 גופים?                                                                                                                             | תנאי הסף דורש הצגת ניסיון לגוף ציבורי או גוף פרטי העומד בדרישות. מציע אשר יציג ניסיון העומד בתנאי הסף לגוף ציבורי, יקבל את הניקוד, ועד שני גופים. הצגת מעל לשני גופים אפשרית, אולם לא תזכה בניקוד בהתאם להוראות המדד. עם זאת, עדיף להציג ניסיון העולה על הנדרש שכן אילו הוצג ניסיון לגוף ציבורי שימצא שאינו עומד בכל רכיבי תנאי הסף, יוכל המשרד לבחון גופים נוספים שהוצגו. |
| 22.  | פרק ב'          | 13.1.4                        | נבקש הבהרה האם המשרד מצפה כי התוכנית השיווקית תתמקד בנושא ספציפי ומוגדר מראש מטעם משרד הבריאות (לדוגמה: חיסונים, תזונה בריאה, מניעת עישון, פוליו וכדומה), או שמותר למציע לבחור באופן עצמאי נושא מתחום בריאות הציבור לצורך ההדגמה במסגרת ההצעה.                                     | המשרד לא הגדיר נושא. ראו מענה לשאלה מס' 1. ושאלה מספר 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 23.  | תנאי סף         | 4.3.1                         | נשמח להבהרה בנוגע לסעיף 4.3.1.1.4 הקובע כי "השירות כלל ניהול קמפיין תקשורתי בעלות מינימלית של 200,000 ₪ (עלות קמפיין פרסומי של הגוף מטעמו ועל חשבוננו)".<br><br>האם הכוונה היא לקמפיין שהוזמן ישירות על ידי הלקוח ממשרד הפרסום, כאשר המשרד ניהל בפועל את כלל רכיבי הקמפיין (תכנון, | שתי האפשרויות ניתנות להצגה. המשרד יבחן עמידה או אי עמידה בתנאי הסף רק שמלוא המידע מונח לפניו בחוברת ההצעה.                                                                                                                                                                                                                                                                 |



**משרד  
הבריאות**  
לחיים בריאים יותר

מינהל ומשאבי אנוש  
אגף רכש נכסים ולוגיסטיקה  
Purchasing, Properties and Logistics Division

| מס"ד | שם הפרק / הנספח | סעיף במכרז אליו מתייחסת השאלה | נוסח השאלה                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | נוסח המענה                                                                                |
|------|-----------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                 |                               | <p>אסטרטגיה, קריאייטיב, מדיה והפקה) במסגרת קמפיין 360, או שגם קמפיינים שבוצעו באמצעות לשכת הפרסום הממשלתית (לפ"מ), שבהם משרד הפרסום היה אחראי רק על חלק מהשלבים, נכללים במסגרת זו?</p> <p>נודה על הבהרה האם הדרישה מתייחסת לקמפיין מלא ללקוח של משרד הפרסום עצמו ולא באמצעות צד ג'.</p>                                                                                                                |                                                                                           |
| 24.  | תנאי סף         | 4.3.1                         | <p>נשמח להבהרה בנוגע לאופן יישום סעיפי הניסיון הקודם 4.3.1.1.1-4.3.1.1.4. האם נדרש כי כל הסעיפים הללו יתקיימו במצטבר עבור כל לקוח שמוצג לצורך עמידה בדרישה, כך שכל לקוח יעמוד בכל אחד מהתנאים (היקף עובדים, מערך יחסי ציבור, תכנית שנתית .. ניהול קמפיין בהיקף של לפחות 200,000 ₪ וכו'), או שניתן להציג עמידה בחלק מהסעיפים באמצעות לקוחות שונים?</p> <p>נודה להבהרה לצורך יישום נכון של תנאי הסף.</p> | <p>נדרש כי כל הרכיבים יתקיימו עבור אותו לקוח, כאמור בתנאי הסף.</p>                        |
| 25.  | אשכול 1         | כללי                          | <p>האם המגזר הערבי שאינו בדואי כולל מזרח ירושלים?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>לא. אך המשרד שומר לעצמו את הזכות להיעזר בידע ונסיון הספק להתייעצות במקרים מיוחדים.</p> |