

כ"ה אייר תשפ"ו

12 במאי 2026

דוח שאלות הבהרה

הנדון: מכרז פומבי מס' 7/26 לביצוע מחקרי אפקטיביות קמפיינים עבור לשכת הפרסום הממשלתית

להלן השאלות ותשובות הבהרה וכן הערות למכרז תוך הפניה לסעיף הרלוונטי במסמכי המכרז.

1. התשובות וההערות המובאות להלן מחייבות את כל המציעים, מהוות חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז וגוברות על הנוסח המובא במכרז.
2. אין להסתמך על כל פירוש שניתן בעל פה או בכתב או בכל דרך אחרת על ידי מי מטעם המזמין או ועדת המכרזים, ככל שניתן, בכל פורום או צורה שהיא. כל הפירושים וההבהרות הינם כמפורט במכתב זה בלבד ובמכתבי הבהרות נוספים שיישלחו מטעם ועדת המכרזים, ככל שיישלחו. מסמך זה ייחשב כחלק מתנאי המכרז, ויחולו עליו כל הוראות המכרז הנוגעות למסמכי המכרז.
3. אין באי התייחסותה של ועדת המכרזים לשאלה כלשהי או להערה כלשהי או לפרט כלשהו בשאלה או הערה, כדי להוות הסכמה להנחותיו של השואל או המעיר, או כדי לשנות בדרך כלשהי את פרשנות תנאי המכרז.
4. ככל שיש במסמך זה הערות, שאלות ותשובות הנוגעות לפרשנות של הדין, אין הן באות במקום ייעוץ משפטי מוסמך, וכל המסתמך עליהן עושה זאת על אחריותו בלבד.
5. יובהר כי אין נוסח השאלות המפורט להלן זהה בהכרח לנוסח בו השתמש השואל וכי לא בהכרח נענתה כל שאלה.
6. אלא אם נאמר אחרת, לכל המונחים והמושגים האמורים במכתב זה תהיה הפרשנות כאמור במסמכי המכרז.

| התשובה | השאלה | מס' סעיף במכרז | שם הפרק/נספח | מס' סידורי |
|---|---|----------------|--------------|------------|
| <p>א. יש להציג מנהל מחקר אחד העומד בכל תנאי הסף המפורטים בסעיף 4.3.3. לא ניתן לצבור ניסיון של מספר מנהלי מחקר. ב. לא רלוונטי. ג. המכרז אינו מגדיר את אופן העסקתו של מנהל המחקר.</p> | <p>בהתייחס לדרישת תנאי הסף בסעיף 4.3.3 ולהוראת סעיף 7.6.3 הקובעת כי על המציע להגיע לראיון יחד עם מנהל המחקר המוצע, נבקש את הבהרת המזמין: א. האם ניתן להציג בהצעה שני מנהלי מחקר (לדוג', אחד מומחה למגזר הכללי ואחד מומחה למגזר החרדי), כאשר ניסיונם המצטבר יילקח בחשבון לעמידה בתנאי הסף ולקבלת ניקוד באמת מידה 4? ב. ככל שהתשובה חיובית, האם שני מנהלי המחקר יידרשו להופיע יחד בראיון? ג. האם מנהל המחקר חייב להיות עובד שכיר של המציע, או שניתן להציג מנהל מחקר המועסק בהסכם קבוע אחר (כגון יועץ קבוע / שותף)?</p> | 4.3 | פרק א' | 1. |
| <p>המכרז אינו מאפשר הגשת הצעה משותפת. על המציע, כישות משפטית אחת, לעמוד בכל תנאי הסף.</p> | <p>בהתייחס לסעיף 4.3.2 לפרק א' למכרז, ובשים לב לכך שמסמכי המכרז אינם מתייחסים במפורש לאפשרות הגשת הצעה משותפת על ידי שני מציעים, נבקש את הבהרת המזמין כדלקמן: א. האם המזמין יאפשר הגשת הצעה משותפת (מיזם משותף / Joint Venture) על ידי שני גורמים – חברת מחקר וחוקר עצמאי – באופן שבו הניסיון המקצועי המצטבר של שני הצדדים יובא בחשבון לצורך עמידה בתנאי הסף שבסעיף 4.3.2? ב. ככל שהתשובה חיובית, נבקש את הבהרת המזמין ביחס לאופן הגשת ההצעה ולמתכונת ההתקשרות, ובכלל זה: האם נדרש הסכם שותפות / מיזם משותף בין המציעים המוגש כחלק מההצעה; מי יהיה הצד החתום על הסכם ההתקשרות מול המזמין; כיצד תיוחס האחריות המקצועית והמשפטית בין הצדדים; וכיצד יוצג מנהל המחקר (כמשמעותו בסעיף 4.3.3) במסגרת הצעה משותפת. ג. לחלופין, ככל שהמזמין אינו מאפשר הגשת הצעה משותפת – האם ניתן יהיה להכיר בניסיון של חוקר עצמאי שיצורף למציע כחלק מצוות המחקר הקבוע שלו (כעובד או כשותף) טרם המועד האחרון להגשת ההצעות, לצורך עמידה בתנאי הסף שבסעיף 4.3.2?</p> | 4.3.2 | פרק א' | 2. |
| <p>מספר הנבדקים הנדרש בתנאי הסף עבור המגזר הערבי והמגזר החרדי יופחת ל-300. ראו מסמכי מכרז מעודכנים.</p> | <p>בהתייחס לסעיפים 4.3.2.1–4.3.2.3 הקובעים כתנאי סף ביצוע מחקרי אפקטיביות בקרב מדגם של "לפחות 500 נבדקים", נבקש את הבהרת המזמין: בפרקטיקה המקובלת בתעשייה, חלק נכבד ממחקרי האפקטיביות מבוצעים בהיקפי מדגם של 300–400 נבדקים, מטעמי תקציב ויעילות, מבלי שהדבר פוגע בתקפות הסטטיסטית. אתגר זה מתחדד במגזר הערבי, בו קיים קושי מובנה בדגימה אינטרנטית (חדירת פאנלים נמוכה, אתגרי שפה ועלויות גיוס גבוהות), ולכן חלק משמעותי מהמחקרים במגזר זה מבוצע בהיקף של 300–400 נבדקים. א. נבקש להגמיש את תנאי הסף כך שייכללו במניין גם מחקרים בהיקף של 300 נבדקים ומעלה, לכל הפחות ביחס למגזר הערבי (4.3.2.2) ולמגזר החרדי (4.3.2.3). ב. לחלופין, נבקש לקבוע סף ביניים של 400 נבדקים לפחות, המשקף את הפרקטיקה המקצועית הרווחת.</p> | 4.3.2 | פרק א' | 3. |

| | | | | |
|--|--|----------------|---------------|-----------|
| <p>הדרישה הינה למחקרים אשר תוכננו ובוצעו מראש עבור המגזר הערבי או המגזר החרדי, ולא תת-מדגם של מגזרים אלו במסגרת מדגם מייצג של כלל האוכלוסייה.</p> | <p>בהתייחס לסעיפים 4.3.2.2 ו-4.3.2.3 הדורשים מחקרים "מותאמים למגזר הערבי" ו"מותאמים למגזר החרדי" באמצעות פאנל ייעודי, נבקש את הבהרת המזמין: בפרקטיקה המקובלת, חלק ניכר ממחקרי האפקטיביות מבוצעים על מדגם מייצג של כלל האוכלוסייה בישראל, הכולל בתוכו את כל המגזרים (כללי, ערבי, חרדי), תוך תרגום השאלון לערבית והתאמתו תרבותית. מחקרים אלו דורשים את אותן יכולות מקצועיות, מתודולוגיות ולוגיסטיות הנדרשות במחקר ייעודי למגזר. בנוסף, מספר המשיבים בכל תת-מגזר נגזר מיכולות הפאנלים בישראל, וכיום כל חברת מחקר רשאית לעבוד עם כל פאנל הזמין בשוק. א. נבקש להבהיר כי במניין המחקרים בסעיפים 4.3.2.2 ו-4.3.2.3 ייכללו גם מחקרי אפקטיביות שבוצעו על מדגם מייצג של כלל האוכלוסייה, וכללו תת-מדגם מהמגזר הערבי או החרדי בהיקף סביר, לרבות תרגום השאלון לערבית. ב. לחלופין, נבקש להגדיר סף מינימלי של נבדקים בתת-מדגם המגזרי, ולהכיר במחקרים אלו כעומדים בתנאי הסף.</p> | <p>4.3.2</p> | <p>פרק א'</p> | <p>4.</p> |
| <p>הדרישה היא לביצוע מחקרי אפקטיביות. במניין המחקרים בתנאי הסף ייכללו מחקרי אפקטיביות שבהם המציע היה הגורם המקצועי האחראי על ביצוע המחקר, לרבות ניתוח הנתונים והפקת הדו"ח והצגתו, גם אם הדגימה ואיסוף הנתונים בוצעו בפועל על ידי גורם אחר.</p> | <p>בהתייחס לסעיף 4.3.2 לפרק א' למכרז, נבקש את הבהרת המזמין: בעבודת חברות המחקר בישראל, מקובל כי לעיתים השלבים של דגימה ואיסוף נתונים מבוצעים על ידי גורם חיצוני (פאנל או חברת איסוף), בעוד שעיצוב המחקר, פיתוח כלי המחקר, ניתוח הנתונים, הפקת התובנות, כתיבת הדוחות והפרזנטציה ללקוח – המהווים את הליבה המקצועית והאנליטית של מחקר האפקטיביות – מבוצעים על ידי חברת המחקר עצמה. נבקש להבהיר כי במניין המחקרים בתנאי הסף שבסעיף 4.3.2 ייכללו גם מחקרי אפקטיביות שבהם המציע היה הגורם המקצועי האחראי על עיצוב המחקר, ניתוח הנתונים והפקת התוצרים, גם אם שלבי הדגימה ואיסוף הנתונים בוצעו בפועל על ידי גורם חיצוני מטעמו או מטעם הלקוח.</p> | <p>4.3.2</p> | <p>פרק א'</p> | <p>5.</p> |
| <p>כפי שמצוין בסעיף, נדרש ניסיון בביצוע מחקרי אפקטיביות.</p> | <p>האם כל המחקרים בתנאי הסף בסעיף זה (10 במגזר כללי, 3 במגזר ערבי ו 2 במגזר חרדי) צריכים להיות מחקרי אפקטיביות פרסום? או שמחקרים בנושאים שונים בלי קשר לניסיון במחקרי אפקטיביות פרסום?</p> | <p>4.3.2</p> | <p>פרק א'</p> | <p>6.</p> |
| <p>ראו תשובה לשאלה 3 לעיל, וכן מסמכי מכרז מעודכנים.</p> | <p>בנוגע לסעיף 4.3.2.2- תנאי סף מחקרים מותאמים למגזר הערבי אנו מבקשים לצמצם את הדרישה עבור מדגם באמצעות פנל אינטרנטי בקרב מדגם של לפחות 500 נבדקים. כאמור, הפנלים בישראל אינם מספיק רחבים ועל כן דגימה אינטרנטית מייצגת מוגבלת בכ-200 איש בלבד</p> | <p>4.3.2.2</p> | <p>פרק א'</p> | <p>7.</p> |
| <p>הבקשה מתקבלת. ראו תשובה לשאלה 3 לעיל, וכן מסמכי מכרז מעודכנים.</p> | <p>בתנאי הסף אתם מבקשים 3 מחקרים אינטרנטיים בפאנל שמותאמים למגזר הערבי בהיקף של 500 נשאלים כל אחד. מחקרים במגזר הערבי נעשים באופן היברידי כך שמשלבים בין פאנל לטלפון שכן אף פאנל לא מייצג את המגזר הערבי בצורה טובה ובמיוחד את האוכלוסייה מעל גיל 50. מבקשים לשנות את תנאי הסף כך שיהיה כמו התנאי הנדרש במגזר החרדי</p> | <p>4.3.2.2</p> | <p>פרק א'</p> | <p>8.</p> |

| | | | | |
|---|--|----------------|---------------|------------|
| <p>הבקשה מתקבלת. ראו תשובה לשאלה 3 לעיל, וכן מסמכי מכרז מעודכנים.</p> | <p>בנוגע לסעיף 4.3.2.3- תנאי סף מחקרים מותאמים למגזר החרדי אנו מבקשים לצמצם את הדרישה עבור מדגם באמצעות פנל אינטרנטי או טלפוני בקרב מדגם של לפחות 500 נבדקים. לא מקובל לבצע בישראל דגימה כל כך נרחבת של מגזר זה. מבקשים לצמצם את הדרישה לכ- 300 איש בלבד</p> | <p>4.3.2.3</p> | <p>פרק א'</p> | <p>9.</p> |
| <p>ניתן לעמוד בתנאי הסף לעניין ניסיון המציע ולעניין ניסיון מנהל המחקר באמצעות אותם המחקרים, ובלבד שכל המחקרים עומדים בתנאים הנדרשים.</p> | <p>האם 7 המחקרים הנדרשים בתנאי הסף של מנהל המחקר חייבים להיות מובחנים מהמחקרים שנדרשו ברמת המציע, או שאותם מחקרים יכולים לשמש להוכחת שני התנאים?</p> | <p>4.3.3.2</p> | <p>פרק א'</p> | <p>10.</p> |
| <p>א. חמישה ימים. ב. הבריפים יועברו למציעים לאחר בדיקת עמידתם בתנאי הסף ולפני שלב הראיונות. ג. אין פורמט/מבנה ספציפי ואין מגבלה על מספר העמודים. ד. קמפיינים אמיתיים, עם השמטה של פרטים מסוימים. ה. המענה יוגש בכתב, אך ייתכנו שאלות אודותיו במסגרת הראיון.</p> | <p>בהתייחס לאמת המידה 3 ב', הקובעת כי המציע יידרש להציג מודל מחקר יישומי לשני קמפיינים לדוגמה, על בסיס בריפים שיועברו במסגרת בדיקת ההצעות, נבקש את הבהרת המזמין: א. מהו פרק הזמן שיוקצה למציע להכנת המענה לבריפים מרגע קבלתם? ב. באיזה שלב של בדיקת ההצעות יועברו הבריפים – לפני שלב הראיון או במהלכו? ג. מה היקף התוצר הנדרש (מספר עמודים, מבנה, פורמט)? ד. האם הקמפיינים לדוגמה יהיו קמפיינים אמיתיים של לפ"מ, או תרחישים פיקטיביים? ה. האם המענה יוגש בכתב, יוצג בפרזנטציה, או שניהם?</p> | <p>5.2</p> | <p>פרק א'</p> | <p>11.</p> |
| <p>אמת מידה 1, "ניסיון בביצוע מחקרי אפקטיביות", מתייחסת למחקרים נוספים מעבר לנדרש בתנאי הסף, ללא קשר לנושא המחקר. אמת מידה 2, "ניסיון בביצוע מחקרי אפקטיביות קמפיינים", מתייחסת באופן ספציפי למחקרים שנועדו למדוד אפקטיביות של קמפיינים פרסומיים או הסברתיים.</p> | <p>נבקש להבהיר מה ההבדל בין 2 הסעיפים הראשונים בטבלה - ניסיון בביצוע מחקרי אפקטיביות וניסיון בביצוע מחקרי אפקטיביות קמפיינים.</p> | <p>5.2</p> | <p>פרק א'</p> | <p>12.</p> |
| <p>ראו תשובה לשאלה 11 לעיל.</p> | <p>קמפיינים לדוגמה - מבוקש להבהיר באיזה שלב יועברו הבריפים של שני הקמפיינים – לפני המועד האחרון להגשת ההצעות (וייכללו במסמכי ההצעה), או לאחר ההגשה הראשונית? כמה זמן יוקצב למענה על הבריפים?</p> | <p>5.2.3</p> | <p>פרק א'</p> | <p>13.</p> |
| <p>ראו תשובה לשאלה 11 לעיל.</p> | <p>האם הקמפיינים לדוגמה הם תיאורטיים או על בסיס נתונים אמיתיים? במענה לקמפיין לדוגמה – האם מצופה מאיתנו להציג ניתוח על נתונים אמיתיים או רק את המתודולוגיה והמבנה ללא ממצאים?</p> | <p>5.2.3</p> | <p>פרק א'</p> | <p>14.</p> |

| | | | | |
|-----|--------|--------|---|--|
| 15. | פרק ב' | 10.4.1 | טבלאות אמות המידה - האם ניתן לקבל את כל טבלאות אמות המידה כולל אלה שמתייחסות למנהל הלקוח כקובץ word פתוח לעריכה כדי שנוכל למלא אותן באופן ממוחשב? | כן - חוברת ההצעה תצורף לדף המכרז בפורמט WORD. |
| 16. | נספח 1 | 1 | מבקשים להוסיף אופציה של סקרים היברידיים במגזרים ערבי וחרדי המאפשרים לדגום אותם בשילוב שיטות של טלפונית ופאנל על מנת להגיע לייצוג טוב ונכון של המגזר | ראו תשובה לשאלה 8 לעיל. |
| 17. | נספח 1 | 1 | היקף השאלון בתמחור הבסיס בסעיף 5.4 בפרק ג' הוגדר ששאלון פרה-קמפיין הוא 3-5 שאלות סגורות, ושאלון פוסט-קמפיין 15-18 שאלות. מבוקש להבהיר - האם המחיר ביחידות 1-6 בטבלת המחירים מתייחס להיקף שאלון זה בלבד, או שתתכן כמות שונה? | המחיר ביחידות 1-6 בטבלת המחירים מתייחס לגודל השאלון הסטנדרטי המפורט בסעיף 5.4 בפרק ג' למכרז. הספת שאלות מעבר להיקף הסטנדרטי תתוּמחר בנפרד, בהתאם למחירי התוספות בטבלה 2. |
| 18. | נספח 1 | 1 | בנספח 1 מפורט שהמחיר כולל "פרזנטציה". האם הכוונה להצגה בטימס או זום או שמדובר בהצגה פרונטלית? ואם פרונטלית היכן? האם במשרדי לפ"מ? מבקשים להבהיר כי מדובר בפרזנטציה אחת לכל מחקר | ככלל, המחיר המוצע כולל פרזנטציה אחת לכל מחקר. אופן הצגת הממצאים, לרבות מיקומה והאם תהיה מקוונת או פרונטלית, ייקבע על ידי המזמין בהתאם לצורך. |
| 19. | נספח 1 | 2 | בסעיף 2 ו-5 בטבלה מבנה הצעת המחיר - מגזר ערבי וחרדי באותה שורה בטבלת המחירים יחידות 2 ו-5 מאחדות את "מגזר ערבי/חרדי" באותה יחידת תמחור (פאנל אינטרנטי). מאחר שעלויות הפעלת פאנל בכל אחד מהמגזרים שונות, מבוקש להבהיר האם להציע מחיר אחיד לשני המגזרים, או לפצל לשתי שורות נפרדות? | המחירים עבור המגזר הערבי והמגזר החרדי יפוצלו לשורות נפרדות. ראו מסמכי מכרז מעודכנים. |
| 20. | נספח 1 | 5 | בנוגע לנספח מס' 1- טופס הצעת המחיר עבור סקר פרה-קמפיין ופוסט-קמפיין, טבלת מחירים 1 אפשרות מספר 2 ואפשרות מספר 3 נוגעות לפנל אינטרנטי, מדגם של 500 נבדקים - מגזר ערבי/חרדי. אנו מבקשים מכם לשקול שוב את גודל המדגם הנדרש במגזרים אלו, מאחר ויכולת הדגימה באינטרנט של פאנלים בישראל מוגבלת, וכדי לשמור על דגימה מייצגת האם יש אפשרות לדגום כ- 200 / 300 איש בלבד? | מספר הנבדקים הנדרש בהצעת המחיר עבור המגזר הערבי והמגזר החרדי יופחת ל-300. ראו מסמכי מכרז מעודכנים. |
| 21. | נספח 1 | 5 | בנוגע לנספח מס' 1- טופס הצעת המחיר עבור סקר פרה-קמפיין ופוסט-קמפיין, טבלת מחירים 2 אפשרות מס' 5 נוגעת לתוספת של 100 נבדקים בפנל אינטרנטי- מגזר ערבי וחרדי (עד לכמות מקסימלית של 1000 נבדקים). זו נקודה מאוד בעייתית בשל המגבלות בדגימה אינטרנטית בפנלים בישראל במגזרים אלו. להערכתנו לא ניתן להגיע לדגימה גדולה כל כך ועל כן היינו מבקשים למחוק סעיף זה. | המגבלה תושמט לחלוטין. גודל המדגם מעבר למינימום הנדרש ייקבע תוך התייעצות ושיח מקצועי עם הספק הזוכה. ראו מסמכי מכרז מעודכנים. |

| | | | | |
|---|---|--------------|---------------|------------|
| <p>היקף השאלון הסטנדרטי המוגדר במכרז הוא 3-5 שאלות סגורות בסיסיות למחקר פרה-קמפיין, והוא אינו כולל שאלות דמוגרפיות אשר יתווספו בהתאם לצורך. הוספת שאלות מעבר להיקף זה תתמוחר בנפרד.</p> | <p>סעיף 5.4.1 קובע כי שאלון פרה-קמפיין סטנדרטי יכלול 3-5 שאלות סגורות בלבד. בפרקטיקה המקובלת, מחקר פרה-קמפיין מקיף נדרש לכלול מדידת בסיס של מגוון מדדים (ידע, עמדות, תפיסות, התנהגות, חשיפה לערוצי מדיה ופרופיל סוציו-דמוגרפי), ובדרך כלל מצריך 10-15 שאלות לפחות. א. נבקש להבהיר כי היקף של 3-5 שאלות מתייחס לשאלות התוכן הליבתיות בלבד, ואינו כולל שאלות סינון, שאלות סוציו-דמוגרפיות ושאלות חשיפה למדיה הנדרשות לצורך פילוח הנתונים. ב. לחלופין, נבקש לעדכן את היקף השאלון הסטנדרטי בפרה-קמפיין ל-8-12 שאלות לפחות, באופן שישקף את הפרקטיקה המקצועית הנדרשת לקבלת מדידת בסיס תקפה.</p> | <p>5.4.1</p> | <p>פרק ג'</p> | <p>.22</p> |
| <p>נדרש כי העבודה על הפוסט-קמפיין תתבצע, לפחות בחלקה, תוך כדי הקמפיין, ולא תתחיל עם סיומו. לפיכך אין שינוי בלוח הזמנים הנדרש.</p> | <p>סעיפים 6.2 ו-6.3 קובעים כי תחילת איסוף הנתונים בפוסט-קמפיין תהיה "עד 48 שעות מירידת הקמפיין". נבקש את הבהרת המזמין: א. האם לוח הזמנים של 48 שעות מתחיל מרגע ירידת הקמפיין בפועל, או מרגע אישור השאלון הסופי על ידי המזמין? ב. מהו פרק הזמן הסביר שיוקצה לאישור השאלון על ידי המזמין טרם יציאה לשטח, בהתחשב בכך שהשאלון נבנה רק לאחר שמתבררים פרטי הקמפיין? ג. האם דרישת 48 השעות מתייחסת גם למקרים בהם הקמפיין יורד בסוף השבוע, ערבי חג או חגים – או שהמניין יחל ביום העסקים הראשון שלאחר מכן? ד. במחקרים הנדרשים בשפה הערבית, תרגום השאלון מהווה שלב מהותי המתבצע רק לאחר אישור הנוסח העברי הסופי, וכרוך גם בבקרת איכות לשונית ותרבותית. נבקש להבהיר כי במקרים בהם נדרש תרגום לערבית, לוח הזמנים לתחילת איסוף הנתונים יוארך ב-48 שעות נוספות לפחות (סך הכל עד 96 שעות מירידת הקמפיין), על מנת להבטיח איכות תרגום מקצועית ותקפות מתודולוגית של השאלון.</p> | <p>6.2</p> | <p>פרק ג'</p> | <p>.23</p> |
| <p>לא. דו"ח ממצאים סדור הינו מסמך כתוב המציג את ממצאי המחקר באופן מפורט וברור, בהתאם להנחיות המזמין, ולא קובץ נתונים גולמי.</p> | <p>האם בדוח ממצאים סדור הכוונה לקובץ אקסל עם טבלאות ההתפלגויות של תוצאות המחקר</p> | <p>8.2</p> | <p>פרק ג'</p> | <p>.24</p> |
| <p>התמחור הבסיסי בטופס הצעת המחיר כולל פרוזנטזיה אחת לכל מחקר. הצגות נוספות, ככל שיידרשו, אינן כלולות בתמחור הבסיסי.</p> | <p>הצגת הממצאים לנציגי לפ"מ ככל שידרש - מבקשים להגביל להצגה אחת לכל מחקר תחת התמחור המבוקש ובהינתן צורך בהצגות נוספות להוסיף סעיף תמחור של הצגה נוספת</p> | <p>8.3</p> | <p>פרק ג'</p> | <p>.25</p> |