

ZAPYTANIE OFERTOWE	
DATA	28.06.2019r.
MARKA	Polski Związek Jeździecki
PRZEDMIOT ZAPYTANIA	Serwis internetowy www.pzj.pl
OSOBA PROWADZĄCA	Klaudia Broze klaudia.broze@pzj.pl
ZADANIE DLA AGENCJI	
Opracowanie założeń funkcjonalnych oraz uruchomienie nowego serwisu internetowego www.pzj.pl	
O MARCE I PRODUKCIE	
<p>Polski Związek Jeździecki jest jedyną oficjalną polską organizacją jeździecką uznaną przez PKOL oraz MKOL. Należy do grona 140 narodowych organizacji jeździeckich stowarzyszonych w FEI (Międzynarodowej Federacji Jeździeckiej). Został powołany w 1928r. Zrzesza: 275 klubów, 3 517 zawodników, ponad 200 trenerów i 1 068 sędziów. Głównym celem PZJ jest propagowanie jeździectwa wśród dzieci i młodzieży oraz osób dorosłych, a przede wszystkim wsparcie polskiej kadry narodowej w rozwoju jeździeckich dyscyplin sportowych. Celem nadrzędnym Związku jest propagowanie właściwych postaw jeździeckich i troska o dobrostan koni (ustawa antydopingowa).</p> <p>Aktualne plany marketingowe zakładają rebranding strony www.pzj.pl, która stanowi podstawowe źródło informacji dla zawodników i teamów zrzeszonych wokół sportu (kluby i ośrodki jeździeckie, sędziowie, trenerzy, właściciele koni).</p> <p>Poza walorami budującymi wizerunek PZJ jako instytucji nowoczesnej, zorientowanej na sport i rozwój jeździectwa, strona www.pzj.pl ma za zadanie spełniać cele informacyjne (aktualności, kalendarz szkoleń, kalendarz zawodów, uchwały Związku, przepisy jeździeckie) oraz sprzedażowe (powierzchnia reklamowa dla sponsorów, strefa kibica z możliwością zakupu dedykowanych produktów jeździeckich (do 20 produktów, przewidziana integracja z zewnętrznym systemem sprzedażowym producenta), rejestracja i sprzedaż licencji jeździeckich)).</p> <p>Strona wymaga całkowitego odświeżenia i wypracowania nowej formuły zarówno wizualnej, jak i funkcjonalnej, opracowanej zgodnie z zasadą user friendly. Przewiduje się zachowanie wszystkich obecnych funkcjonalności strony oraz rozbudowanie jej o część wizerunkową (historia jeździectwa, wprowadzenie do dyscyplin sportowych, informacje bieżące, porady, ciekawostki). Inspiracją do prac nad nową stroną jest aktualna www.fei.org</p>	
DLACZEGO POTRZEBUJEMY NOWEGO PRODUKTU	
<p>PZJ przechodzi reorganizację i wyznacza nowe cele na kolejne lata funkcjonowania Związku. Obecna strona internetowa nie spełnia standardów marketingowych i nie przyczynia się do budowania zaufania i pozycji partnera biznesowego, jaką pełni PZJ. Związek potrzebuje strony, która będzie wizytówką zmian zachodzących nie tylko wewnątrz, ale również tych, które świadczą o rozwoju koniunktury gospodarczej i przeznaczaniu coraz większych zasobów materialnych na potrzeby związane z uprawianiem jeździectwa. Strona pełni rolę głównej platformy komunikacyjnej pomiędzy Związkiem a interesariuszami. Dlatego w stosunku do nowej strony oczekuje się efektu WOW, zarówno pod kątem wizualnym, jak funkcjonalnym.</p>	

GRUPA DOCELOWA

1. Amatorzy i pasjonaci jeździectwa: 0-108 lat, rozpoczynający przygodę jeździecką najczęściej w lokalnych szkółkach bądź posiadający już swojego konia. Osoby o średnim i wyższym wykształceniu, mieszkańcy średnich i dużych miast, o zarobkach +4 500 zł/miesięcznie. Skłonne wydać dużą część swojego dochodu na potrzeby związane z utrzymaniem konia i uprawianiem jazdy konnej.
2. Osoby zawodowo zajmujące się sportem jeździeckim. Średnie i wyższe wykształcenie, mieszkańcy miast, o zarobkach +5 500 zł/miesięcznie. Skłonne wydać znaczną część dochodów na potrzeby związane z rozwojem zawodowym i uprawianiem sportu.

Grupa docelowa to osoby lubiące spędzać czas na świeżym powietrzu, aktywne fizycznie, uprawiające zdrowy tryb życia, eko wrażliwe. Użytkownicy mobile, osoby obeznane w nowych technologiach.

WARUNKI TECHNICZNE

1. Serwis powinien zostać wdrożony w oparciu o system CMS Wordpress, dostępny w najnowszej, stabilnej wersji na dzień rozpoczęcia prac.
2. Agencja powinna przygotować i dostarczyć makiety (układy funkcjonalne) na etapie projektowania AIU/UX, na podstawie których (po ich akceptacji wspólnie z PZJ), przygotowany zostanie projekt graficzny serwisu (layouty).
3. Layout serwisu musi zostać wykonany na bazie systemu szablonów systemu Wordpress (templates), tak, aby stanowił osobną, niezależną paczkę możliwą do zainstalowania z wykorzystaniem standardowego instalatora dostępnego w systemie CMS. Konieczne jest pełne zastosowanie technologii RWD.
4. Integracja BIP (Biuletyn Informacji Publicznej) w serwisie.
5. Integrację serwisu z social media (Facebook, YouTube, Instagram) oraz systemem Google Analytics, z pełnym wsparciem RODO.
6. Serwis powinien zostać zbudowany zgodnie z najlepszymi praktykami wdrażania serwisów opartych o system Wordpress, w tym odpowiednio zoptymalizowany pod kątem wydajności (m.in. poprzez cache-owanie), SEO, a także zabezpieczony (hardening).

ELEMENTY OBOWIĄZKOWE

Zapytanie obejmuje:

1. Konceptyjne oraz graficzne opracowanie serwisu internetowego PZJ, a także techniczne (informatyczne i graficzne) wykonanie zgodnie ze standardami W3C, uruchomienie, wdrożenie, wypełnienie treścią oraz migrację danych z obecnie obowiązującego serwisu i materiałów przekazanych przez PZJ.
2. Wsparcie autorskie agencji w okresie 12 miesięcy od dnia podpisania umowy. W ramach świadczonej gwarancji, agencja zobowiązuje się do nieodpłatnego usuwania wszystkich usterek (które nie powstały z winy PZJ, w czasie nie dłuższym niż 3 do 8h (w zależności od kategorii usterki) od momentu jej zgłoszenia agencji.
3. Projekt ma być spójny z systemem identyfikacji wizualnej i informacyjnej przyjętej przez PZJ z możliwością wprowadzenia do niego modyfikacji np. kolorystyki, tak aby była spójna z proponowaną identyfikacją.

W ramach oferty należy złożyć:

1. Syntetyczny opis nowego serwisu (tekstowo), oparty o proponowaną przez agencję układ treści. Opis powinien zwięźle omawiać poszczególne sekcje strony oraz funkcjonalności.
2. Szczegółową estymację kosztową uwzględniającą wszystkie etapy pracy nad projektem.
3. Ramowy harmonogram prac (szczegółowy harmonogram zostanie przygotowany i dostarczony przez agencję po podpisaniu umowy, na podstawie ustaleń z PZJ).

KRYTERIA OCENY OFERTY

Podmioty zaproszone do przetargu muszą wykazać się realizacją dokonaną w ciągu ostatnich 2 lat rozbudowanych pod względem funkcjonalności stron internetowych o budżecie nie niższym niż 130 000 zł netto.

Cena: 75%
Funkcjonalność (w tym proponowany układ treści oraz wykorzystane narzędzia i techniki prezentacji treści): 15%
Innowacje: 10%

KLAUZULA PRZETARGOWA

Przetarg ma charakter ograniczony i skierowany jest do podmiotów zaproszonych do złożenia oferty. Wszelkie dane przekazane w trakcie prac nad projektem są poufne i mają służyć jedynie właściwej ocenie skali i zakresu przygotowywanej oferty.

TERMINY

Termin przesłania zapytania ofertowego: 28.06.2019r.
Termin składania pytań do oferenta: 04.07.2019r.
Termin odpowiedzi na zadane pytania: 07.07.2019r.
Termin złożenia oferty przez Agencję: 15.07.2019r.

BUDŻET

Oczekiwane jest przedstawienie przez zaproszone podmioty propozycji kosztów realizacji projektu stanowiącego zapytanie ofertowe.

OBOWIĄZKOWE ELEMENTY OFERTY

Wymagane jest oszacowanie przez podmioty składające ofertę czasu realizacji projektu.

FORMA SKŁADANIA OFERT

Przesłanie oferty kosztowej w języku polskim. Ewentualne pytanie dotyczące zapytania ofertowego można kierować drogą mailową: klaudia.broze@pzj.pl
Nie jest przewidziane spotkanie w celu prezentacji ofert. Zamawiający zastrzega sobie możliwość swobodnego wyboru oferty oraz negocjowania jej warunków, a także kontaktu z wybranymi oferentami. Oferent zobowiązuje się do nieprzekazywania, nieujawniania oraz niewykorzystywania wiadomości stanowiących tajemnicę PZJ w rozumieniu art. 11. ust. 4 Ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z dnia 8 czerwca 1993 r. Nr 47, poz. 211).