

RÉSZVÉTELI ÉS ELJÁRÁSI ÚTMUTATÓ

A Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (MAKSZ) és a Beszerzési Vezetők Klubja (BVK), (továbbiakban együttesen: Felek) nyitottak és elkötelezettek a kommunikációs szolgáltatások pályázattal kapcsolatos folyamatainak együttes erővel történő fejlesztésére, melynek célja, hogy az ajánlatkérői és az ajánlatadói oldal egymás tiszteletén alapuló és arányos erőfeszítéseket jelentő cselekedeteit támogassa az ajánlatkérési szakaszban.

Felek elfogadják, hogy ezen útmutatóban foglaltakat sem a pilot időszak alatt, sem a későbbiekben nem tudják kötelező érvényűvé tenni tagjaik számára, hiszen azok független piaci szereplők.

Felek ezen kommunikációs pályázattal kapcsolatos folyamatok generális fejlesztésének státuszáról évente legalább egyszer egyeztetnek.

A kommunikációs tenderek komplex szolgáltatások, melyeknél az átvett-átadott knowhow a megszokottnál magasabb értéket képvisel.

Alapvetően megkülönböztethetünk úgynevezett, ATL, BTL, Online, Média avagy integrált tendereket.

ATL tendereknél olyan cégeket keres a tendereztető, amelyek teljeskörű szolgáltató tevékenységüket oly módon végzik, hogy elősegítsék ügyfeleik kommunikációs és piaci céljainak elérését. Marketing-kommunikációs szolgáltatásaik a következő területeket ölelik fel:

- marketing-kommunikációs tanácsadás
- stratégiai tervezés
- kreatív tervezés és kivitelezés
- produkciós előkészítés és gyártás

Média tendereknél olyan cégeket keres a tendereztető, amelyek teljeskörű szolgáltató tevékenységük között kiemelt jelentőségű a médiakutatás, médiatervezés, médiaanalízis és médiavásárlás. Szolgáltatásaik a következő területeket ölelik fel:

- médiakutatás
- médiatervezés
- médiaanalízis
- médiavásárlás

BTL tendereknél olyan cégeket keres a tendereztető, amelyek ügyfeleik kommunikációs és piaci céljainak elérését főként BTL eszközök felhasználásával végzik. Szolgáltatásaik a következő területeket ölelik fel:

- Sales Promotion (SP) / Field Marketing (FM) ügynökségek esetében magában foglalja:
 1. kreatív koncepció kidolgozását
 2. promóciós mechanizmus megtervezését
 3. promóció végrehajtását
- Direkt Marketing (DM) ügynökség esetében magában foglalja:
 1. kreatív tervezést
 2. adatbázis menedzselését
 3. küldemények kezelését

- Event Marketing (EM) ügynökség esetében magába foglalja:
 1. kreatív tervezést
 2. kommunikációs rendezvény megtervezését
 3. rendezvény lebonyolítását

Online tendereknél olyan cégeket keres a tendereztető, amelyek ügyfeleik kommunikációs és piaci céljainak elérését az Internet, mint médium felhasználásával végzik. Szolgáltatásaik a következő területeket ölelik fel:

- Online-, digitális marketing-tanácsadás
- Interneten megjelenítendő kreatívok tervezése és gyártása
- Online Médiatervezés és vásárlás
- Egyéb online marketing-szolgáltatás (kereső-, vírus-, közösségi média marketing)
- Weboldalak fejlesztése, gyártása.

Függetlenül attól, hogy a Pályáztató mely szolgáltatást (ATL, BTL, stb.) és milyen módon (egykörös v. többkörös, papír alapú vagy elektronikus) kívánja pályáztatni az alábbi elvek figyelembevételét és lehetőség szerinti betartását javasoljuk a számára:

RFI – Request for Information (Információkérés)

Ezen szakasz célja, hogy a Pályáztató alapvető ismereteket gyűjtsön a pályáztatni kívánt szolgáltatás főbb, meghatározó jellemzőiről és arról, hogy mely cégek azok, amelyek a Pályáztató által elvárt szinten és módon lennének képesek nyújtani a Pályáztató számára az adott szolgáltatást. Az információkérés inkább általános jellegű. Ezt a szakaszt lehetőség szerint kövesse RFQ, RFP, amennyiben mégsem, akkor erre a Pályáztató már előre hívja fel a figyelmet.

1. Alapkövetelmények

- a. Az RFI kiírásakor elvárható (hacsak az RFI célja nem az, hogy az aktuális partnert ellenőrizze), hogy a pályáztatni kívánt szolgáltatás kapcsán az aktuális (szerződött) partner legkésőbb az RFI kiküldésekor tájékoztatást kapjon a Pályáztatótól arról, hogy RFI lesz/lett kiküldve. Célszerű – a minél objektívebb összehasonlíthatóság érdekében – hogy erre Ő is meghívást kapjon, illetve ha őt nem hívják meg, akkor javasolt, hogy ezzel kapcsolatban indoklást kapjon/kérhessen.
- b. Az RFI kiírásakor biztosítani kell minden egyes pályázó számára az azonos feltételeket, úgy mint:
 - i. az átadott információk mennyisége, tartalma
 - ii. az átadás időzítése és módja (nyomtatott formában, személyesen, elektronikusan stb.)
 - iii. az ajánlat elkészítésére rendelkezésre álló idő
 - iv. a meghívott Pályázók számának nagyságrendileg történő megadása
- c. A jelenlegi magyarországi iparági fejlettségi helyzetet figyelembe véve, a nagyságrendileg 10 Pályázó meghívása az RFI-re, egy-egy témát illetően, elegendőnek mondható, kellő áttekintést ad a piacról.
- d. A téma komplexitása miatt ajánlható, hogy legalább 2 hetet adjon a Pályáztató a Pályázóknak, hogy részletes ajánlatukat elkészítsék, illetve növelheti a hatékonyságot, ha a Pályáztató egyidőben és akár egyhelyen átfogó tájékoztatást/brief-et ad a meghívott Pályázók számára.

- e. Erősen javasolt, hogy a Pályáztató az RFI kiírásakor adja meg, hogy az milyen célt szolgál, vagyis ez:
 - i. egy a közeljövőben kiírásra kerülő RFP, majd RFQ előkészítése
 - ii. egy általános piaci tájékoztató
- f. Ha időközben – akár a pályáztatás ezen, akár későbbi szakaszában – újabb Pályázó kerül bevonásra, akkor számára is az eredeti beadási határidő(k) kell, hogy érvényes(ek) legyen(ek) vagy pedig az eredetileg meghívottak számára is új határidőt (amikorra az újonnan bevont pályázónak kell beadni a pályázati anyagát) kell megadni, mint pályázat beadási határidő.
- g. Amennyiben az RFI szakaszai és a vállalt határidők a pályáztatás miatt bármilyen okból módosulnának, akkor a Pályáztató a módosulás általa való észlelésétől számított lehető legrövidebb időn belül, valamennyi pályázót azonos ütemezésben (egyidőben) és azonos tartalmú üzenettel (lehetőség szerint a változás okának megjelölésével) értesítsen az új szakaszolásról és az egyes szakaszok tervezett határidejéről.
- h. Az egyes szakaszok egymás utáni felépítésekor a Pályáztató legyen tekintettel arra, hogy a pályázati anyagok elkészítése az egyes Pályázók számára komoly személyi és anyagi megterhelést jelent(het), így a pályáztatás során az általánostól az egyedi felé haladva éljen a fokozatosság elvével.
- i. Ugyancsak fontos, hogy a Pályáztató megvizsgálja és meghatározza a minimális/elvárt személyi és infrastrukturális követelményeket, amikor a későbbi RFP-ben a résztvevők listáját összeállítja. Ezt a kommunikációs feladatok volumene, mérete, büdzséje, komplexitása alapján lehet meghatározni.
- j. Ajánlható, hogy a meghívandó Pályázók körének kiválasztásakor a releváns iparági szervezetek tagjait (pl. MAKSZ, MARESZ) a Pályáztató mindenképpen vegye figyelembe, hiszen feltételezhető, hogy egy-egy iparág vezetői szakmai szervezetéhez tartozó pályázók már eleve átestek egy előminősítésen, amely garancia lehet a megfelelő szakmai színvonalra.
- k. Pályáztató jogosult a pályázatot bármikor semmisnek nyilvánítani úgy, hogy a Pályázók semmilyen anyagi követeléssel nem állhatnak elő. Ilyen esetben javasolt az indokot a Pályázókkal megosztani és egy másik Pályázat alkalmával ismét meghívni őket.

2. RFI során bekérendő adatok

- a. céginformációk
 - i. alapítás ideje
 - ii. tulajdonosok neve és tulajdoni aránya
 - iii. kapcsolt vállalkozások megnevezése és a kapcsolat jellege
 - iv. organogram (nevekkel)
 - v. elmúlt 3 év árbevétele és részletes pénzügyi eredményei (mérleg, eredménykimutatás, cash-flow) elektronikus formában bekérve
 - vi. Referenciák (aktuális TOP 5 költség (árbevétel) alapján) arra a területre vonatkozóan, amelyre a felmérés irányul
 - vii. Teljesítésbe bevont személyek (név, szakmai önéletrajz, iparági/releváns Díjak)
 - viii. céges folyamatok (ügyfélkezelés, változás menedzsment, kockázat kezelés, hibaelhárítás, innováció, dokumentumkezelés, stb.) ismertetése
 - ix. Javasolt minimális és optimális személyi és infrastrukturális feltételek
 - x. A pályázó által a munka elvégzéséhez, megfelelő színvonalú nyújtásához elegendhetlenül szükséges elemzési, kutatási eszközök. Illetve olyan egyedi elemzési és kutatási módszerek, amelyek a Pályázó rendelkezésére állnak, és

azokat a Pályázó a téma szempontjából relevánsnak, magasabb szintű szolgáltatás nyújtásához elengedhetetlenül fontosnak tart.

- b. Iparági információk
 - i. Potenciális versenytársak
 - ii. Árazási információk, paraméterek megadása Pályáztató részéről a Pályázók felé, melyek szükséges ahhoz, hogy a Pályázók részletes, valamennyi költséget (ha máshogy nem fajlagos alapon megadva) tartalmazó ajánlatot tudjanak benyújtani, és így az egyes pályázatok – pénzügyi szempontból is – ténylegesen összehasonlíthatóak legyenek.
- c. Természetesen a bekérendő adatok köre szélesebb is lehet, mint amit a fenti felsorolás tartalmaz.

RFP – Request for Proposal (Ajánlatkérés és javaslatkérés alternatív megoldásokra)

Ezen szakasz célja, hogy a Pályáztató konkrét ismereteket gyűjtsön a pályáztatott cégek tényleges képességeiről, az általuk elvégzendő munka minőségéről és teljes költségéről. Beazonosításra kerüljenek azok az operatív folyamatok (mind a Pályáztató, mind pedig a Pályázó oldalán) amelyek szükségesek ahhoz, hogy egy esetleges jövőbeli együttműködés során a munka zökkenőmentes és hatékony legyen. Ebben és/vagy a következő (RFQ) szakaszban minden esetben indokolt személyes prezentációt biztosítani a Pályázó részére, amelyen a Pályáztató részéről a beszerzési terület és a szakterület részvétele is indokoltnak mondható.

1. Alapkövetelmények

- a. Elvárható, hogy a Pályáztató képes legyen vázolni, hogy a felhívással milyen eredményt kíván elérni és mely marketingkommunikációs módszereket / eszközöket részesíti előnyben. Ugyanakkor a Pályázótól elvárható, hogy a minél jobb és hatékonyabb pályázati kommunikáció, valamint a vázolt cél minél hatékonyabb elérése érdekében képes és hajlandó legyen általa hatékonyabbnak tartott alternatív javaslatot kidolgozni.
- b. Javasolt, hogy bármilyen sok Pályázó is legyen meghívva az RFI –re, a későbbi szakaszokban (és legfőképpen a RFP, RFQ szakaszokban) nagyságrendileg 5 pályázónál több már ne legyen, így csökkentve a feleslegesen pályázók számát, csökkentve a felesleges köröket, és növelve a megfelelő pályázatok kiválasztásának esélyét a döntéshozók számára.
- c. Tekintettel a téma jellegére (a jelentős mennyiségű szubjektív, nehezen vagy „egyáltalán nem” számszerűsíthető elemre) erősen ajánlott, hogy a pályáztatás ezen szakaszában a Pályázóknak lehetőséget biztosítson a Pályáztató a személyes brief és brief-prezentáció megtartására.
- d. A pontos és strukturált brief-ek elkészítésének érdekében a MAKSZ kidolgozott egy Briefing Útmutatót. Ez az ajánlás – külön ATL, BTL, és médiatenderekre vonatkoztatva - megtalálható a MAKSZ honlapján (www.maksz.com), a „Jogtár” aloldal Jogsabályok és ajánlások füle alatt <http://www.maksz.com/hu/jogszabaly.php>.
- e. Javasolt továbbá, az egyszerűség és a transzparencia érdekében, hogy a Pályáztató a brief-et egyidőben tartsa minden érintett Pályázónak, és ezáltal lehetőség nyíljon arra, hogy a korábban írásban feltett kérdésekre mindenki egyazon időben kapjon választ.

- f. Indokolt, hogy a Pályáztató a pályázat kiírásakor adja meg, hogy a pályáztatási folyamat (a tervek szerint):
- i. Milyen kommunikációs szolgáltatási területet fed le (Isd bevezető)
 - ii. Nagyságrendileg hány Pályázót érint az RFP szakaszban (amennyiben ezen információ nem csökkenti a transzparens versenyhelyzetet).
 - iii. Hány szakaszban zajlik (1 körös, 2 körös stb), illetve milyen típusú ártárgyalással záródik. Ezen szakaszok milyen időpontokban és sorrendben kerülnek lebonyolításra.
 - iv. Mi különbözteti meg ezeket a köröket, mik a kívánalmak.
 - v. Körülbelül milyen időpontokban határozza meg a személyes prezentációk (brief-ek) idejét
 - vi. Körülbelül milyen határidővel (az ajánlatok benyújtásától számítva hány napon belül) tervezi az ajánlatok kiértékelését és visszajelzés adását a pályázók számára
- g. Bár az értékelés szempontjai, vagy azok egymáshoz való súlyozása akár az RFP alatt is változhatnak, finomodhatnak, elvárható, hogy a Pályáztató a pályáztatás alatt megfelelő tájékoztatást adjon a Pályázók felé a kiválasztási folyamat fő szempontjairól.
- h. Egy-egy pályázat kiírásának, és az azon való részvételnek a költségeit a résztvevő felek saját kockázatukra, maguk kötelesek viselni. Ennek ellenére javasolt, hogy a Pályáztató már a pályázat kiírásakor egyértelműen kommunikálja, hogy – figyelembe véve és értékelve a pályázati anyagok elkészítése során befektetett munka mennyiségét – van-e olyan szakasza a pályáztatásnak amikortól a Pályáztató a Pályázóknak – ha a pályázat sikertelensége a Pályáztató tevőleges vagy nem tevőleges magatartása miatt (pl. nem várt budget vágás) hiúsul meg – adott mértékű kártérítést nyújthat. Ugyancsak fontos, hogy a Felek egymás felé egyértelműen, írásban és előzetesen jelezzék, ha a másik Fél olyan extra munkát vár el a pályázat készítés kapcsán, amelynek megtérítését – sikertelen pályázat esetén – a másik Féltől elvárja (pl. kreatív tervből animatics készítése).
- i. Amennyiben Pályáztató független médiaauditor, vagy bármilyen, saját szervezetén kívüli személy közreműködését veszi igénybe, akkor velük is előre titoktartási nyilatkozatot kell készíteni, hogy a pályáztatásban résztvevő Felek érdekei ne sérülhessenek. Fontos megjegyezni, hogy a MAKSZ ügynökségek médiaauditorként elfogadnak minden olyan személyt, aki megfelelő szakmai tapasztalattal és a bíráláshoz szükséges adatokkal legálisan rendelkezik. (A MAKSZ által jelenleg elismert médiaauditorok/ külsős kommunikációs tanácsadók listája a szövetség honlapjáról letölthető.)
- j. Hangsúlyosan ajánlott, hogy a Felek – tekintettel arra, hogy az egyes Pályázók pályázatait szellemi termékeket is tartalmazhatnak, illetve a Pályáztatóról is bizalmas adatok kerülhetnek kiadásra – egyértelmű és írásbeli kötelezettséget/garanciát vállaljanak egymás felé arra vonatkozólag, hogy a pályázat során tudomásukra jutott információkat bizalmasan kezelik, azokat harmadik félnek (pl. a pályázatban résztvevő más Pályázóknak, vagy egyéb harmadik személynek) semmilyen módon nem adják át. Ez alól kivételt képezhet a pályáztatás lebonyolításához bevont külső szakértő. Ez utóbbi tény fontos, hogy Pályáztató előre közölje a résztvevőkkel, illetve optimális esetben beleillessze a Pályázóknak kiküldött titoktartási dokumentumba.

2. RFP során bekérendő adatok:

- a. Konkrét pályamunka / próbamunka kiadása az RFP-ben résztvevőknek, amelyre a Pályázók minimálisan a következő részeket kell, hogy benyújtsák:

- i. A munka megvalósításának folyamatleírása és a résztvevők nevének megadása
 - ii. A kommunikációs tervek
 - a. ATL illetve integrált megbízások esetén konkrét stratégiai terv, kérés esetén kreatív terv, és kreatív javaslatok (célcsoport specifikusan, a kiírás jellegétől függően integrált kommunikáció lehetőségét szem előtt tartva)
 - b. Média megbízások esetén média analízis, média stratégia, média mix
 - c. Online megbízások esetén online stratégiai terv, kérés esetén kreatív terv, és kreatív javaslatok, grafikai tervek
 - d. BTL megbízások esetén koncepció javaslatok, promóciós és esemény kreatív javaslatok kérés esetén, mechanizmus, lebonyolítási terv
 - iii. A Pályázó által benyújtott javaslat teljes költségének ismertetése (a Pályázató által megadott költségstruktúra szerint, amelynek kialakításához az RFI-ben kapott válaszokat érdemes a Pályázó részéről felhasználni)
- b. A Pályázató érdeke, hogy a pályázat kiírási anyagban:
 - a. Amennyiben ATL témáról van szó, az úgynevezett éves/projekt „scope”-ot a lehető legrészletesebben megadja
 - b. Amennyiben BTL vagy Média vásárlási témáról van szó, a „scope” mellett a tervezett budget határokat (legalább nagyságrendileg) megadja
 - c. Személyi és infrastrukturális minimum követelmények megadása és azok meglétének visszaigazoltatása minden egyes Pályázóval.
 - d. Az RFP szakaszban elengedhetetlen a személyes prezentáció lehetőségét megadni a Pályázók számára. A személyes prezentáció a leadott anyagon túl olyan kérdésekre is segít választ adni a Pályázató számára, hogy szervezeteik habitusban és stílusban mennyire kompatibilisek, mennyire megy majd gördülékenyen a két team között a munka.

RFQ – Request for Quotation

Annak érdekében, hogy a pályáztatásban résztvevő felek munkáját optimalizálhassuk, ha az RFQ még nem indokolt (gondokodás zajlik és a pontos elképzelések még finomítást igényelnek), vagy a feladat nem teszi lehetővé akkor javasolt az RFI/RFP kiírása első körben. Hiszen az RFI és RFP szakaszok célja, hogy a Pályázató által a lehető legrészletesebben megadott feladatvégzésre konkrét ismereteket gyűjtsön a pályáztatni kívánt cégek tényleges képességeiről, az általuk végzett munka várható minőségéről és teljes költségéről. Valamint beazonosításra kerüljenek azok az operatív folyamatok (mind a Pályázató, mind pedig a Pályázó oldalán), amelyek szükségesek ahhoz, hogy egy esetleges jövőbeli együttműködés során a munka zökkenőmentes és hatékony legyen.

1. Alapkövetelmények

- a. Erősen javasolt, hogy – ha a pályáztatás korábbi szakaszaiban nem történt volna meg – a pályázathoz csatolásra kerüljön a Pályázató által aláírt szándékozott mintaszerződés, amely a jövőbeli kapcsolat valamennyi részét (operatív munkavégzés folyamatai, szabályai, szereplői és határidői, árak, fizetési feltételek, tulajdonjogok, felmondási szabályok, kötbér feltételek stb.) szabályozza.

- b. Amennyiben, ezen szakaszon belül további szűkítésre kerül sor a Pályázók számát illetően, akkor a „short list” meghatározása előtt ajánlott, hogy valamennyi „short list”-re tenni szándékozott Pályázó elfogadja a szerződés tervezetét. (Tehát a szerződés tervezet finomításának, pontosításának – figyelembe véve a Pályázók visszajelzéseit – még a „short list” elkészülte előtt meg kell történnie.)
- c. Javasolt, hogy erre a szakaszra - az ésszerű szűkítési elveket figyelembe véve - nagyságrendileg 3 pályázónál több már ne maradjon, így csökkentve a kommunikációs terveket feleslegesen kidolgozó pályázók számát. Amennyiben, a Pályáztató ennél több céget szeretne meghívni, akkor javasolt, hogy inkább egy RFI, esetleg egy RFP részletezettségű folyamatot valósítson meg.
- d. Szükséges, hogy a versenytárgyalás eredményéről a résztvevő Pályázók mindegyike kapjon értesítést akkor is, ha nem nyert. Méltányolandó a nem nyertes ügynökségek számára biztosított személyes konzultáció lehetősége.

2. RFQ során bekérendő adatok

A Pályáztatónak, a pályáztatás korábbi szakaszainak eredményeként már konkretizált feladatok (célcsoport, kampány célok, kampány volumen, illetve éves/projekt scope, stb.) kapcsán, a korábbi szakaszokban bekért adatokon túlmenően - ha a feladat az egyes szakaszok eredményeként vagy egyéb tényezők miatt finomult vagy módosult, akkor az „új” feladatra - a következőket javasolt bekérnie, pontosítania:

- a. árak, óradíjak, jutalékok (produkciós, média, alvállalkozói, stb.)
- b. fix költségek vs. változó költségek, saját vs. alvállalkozói költségek, saját vs. in house emberek a megbízónál, stb pontos meghatározása
- c. ármodell (üvegseb, projekt/fix díjas, jutalékos, óradíjas, költség alapú, sikerdíjas, stb.)
- d. a konkrét munkák árai egyre részletesebben lebontva (pl. arculati tervezés - sajtóhirdetésre adaptálás - mutációk - nyomdai előkészítés - CD-re írás - gyártás - futár, stb.)
- e. javasolt egyéb pénzügyi megoldások: rabatt, skontó, penálé, faktoring, hedging, stb.
- f. az egyes tételekhez milyen garanciákat nyújtanak a Pályázók (SLA, bonus-malus, stb.)
- g. vállalási határidők és információfüggőségeik (az egyes feladatokkal kapcsolatban a Pályáztató milyen információkat és milyen módon kell, hogy megadjon a majdani partnerének ahhoz, hogy a Partner azt az általa vállalt határidőre el tudja végezni).