

# RÁMCOVÁ DOHODA O ZABEZPEČENÍ A REALIZÁCIÍ MARKETINGOVEJ KAMPANE

č.

uzatvorená podľa ustanovenia § 269 ods. 2 s primeraným uplatnením ustanovení § 536 a nasl. Obchodného zákonníka, medzi zmluvnými stranami

## Objednávateľ:

Objednávateľ: **Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu**  
sídlo: Trnavská cesta 100, 821 09 Bratislava  
IČO: 36070513  
DIČ: 2021595092  
IČ DPH: SK 2021595092  
Štatutárny orgán: Róbert Šimončič, generálny riaditeľ  
IBAN:

(v ďalšom len ako „Objednávateľ“ )

a

## Poskytovateľ:

Obchodné meno: **DATACONCEPT s.r.o.**  
Sídlo: Pribinova 25, 811 09 Bratislava - mestská časť Staré Mesto  
IČO: 50 023 497  
DIČ: 2120151869  
IČ DPH: SK2120151869  
Spoločnosť zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, oddiel: Sro, vložka číslo: 107107/B  
Štatutárny orgán: Mgr. Branislav Kohl, konateľ  
IBAN:

(v ďalšom len ako „Poskytovateľ“ )

(Objednávateľ a Poskytovateľ ďalej ako „Zmluvné strany“)

## PREAMBULA

- A) Dňa 14.9.2021 bola zo strany Objednávateľa vystupujúceho v právnom postavení verejného obstarávateľa podľa Zákona o verejnom obstarávaní vyhlásená podlimitná zákazka na obstaranie predmetu zákazky „**Online PPC kampane a súvisiace reklamné služby**“, ktorej Výzva na predkladanie ponúk bola uverejnená vo Vestníku verejného obstarávania ÚVO č. 211/2021 dňa 14.09.2021 pod označením 43101 – WYS (ďalej aj ako „**podlimitná zákazka**“);

- B) Ponuka Poskytovateľa predložená do Verejnej súťaže bola na základe kritérií Verejnej súťaže vyhodnotená ako úspešná a Objednávateľ túto Ponuku Poskytovateľa prijal;
- C) Predmet plnenia tejto Zmluvy (ďalej aj ako „**Projekt**“ alebo ako „**Dielo**“ alebo ako „**Kampan**“) bude financovaný byť aj z nenávratného finančného príspevku Ministerstvom hospodárstva SR z Operačného programu Integrovaná infraštruktúra - národný projekt „Podpora internacionalizácie MSP“ (ďalej len „NP“) s kódom ITMS 2014+ 313031H810.

Vzhľadom na vyššie uvedené sa Zmluvné strany dohodli a uzatvárajú túto Zmluvu v nasledovnom znení:

## 1. ÚVODNÉ USTANOVENIA

### 1.1 Definície

V tejto Zmluve budú mať nasledovné výrazy a slová napísané s veľkým začiatočným písmenom nižšie uvedený význam:

„**Autorský zákon**“ znamená zákon č. 185/2015 Z. z. Autorský zákon v znení neskorších predpisov.

„**Kampan**“ znamená marketingovo-informačnú kampaň na sociálnych sieťach Facebook, Instagram a YouTube, ako je táto opísaná v Špecifikácii predmetu zákazky a v tejto Zmluve.

„**Občiansky zákonník**“ znamená zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov.

„**Obchodný zákonník**“ znamená zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov.

„**Objednávateľ**“ znamená osobu menovanú ako objednávateľ v záhlaví tejto Zmluvy.

„**Ponuka Poskytovateľa**“ znamená ponuku, ktorú Poskytovateľ predložil do Verejnej súťaže, a na základe ktorej bol Poskytovateľ vo Verejnej súťaži úspešný. Časť Ponuky Poskytovateľa tvorí Prílohu č. 1 - Špecifikácia predmetu Zákazky a Prílohu č. 2 – Rozpočet Zmluvnej ceny.

„**Poskytovateľ**“ znamená osobu menovanú ako Poskytovateľ v záhlaví tejto Zmluvy.

„**Poskytovateľ NFP**“ má význam uvedený v bode C) Preambuly tejto Zmluvy.

„**Právne predpisy**“ znamenajú všetky všeobecne záväzné právne predpisy Slovenskej republiky a Európskej únie, vrátane všetkých smerníc a nariadení každej legálne ustanovenej verejnej správy.

„**Rozpočet Zmluvnej ceny**“ znamená rozpočet, ktorý Poskytovateľ predložil v rámci Verejnej súťaže, ako súčasť Ponuky Poskytovateľa označenú ako F. Cenová tabuľka – položkový rozpočet. Rozpočet Zmluvnej ceny tvorí Prílohu č. 2 tejto Zmluvy.

„**Služby**“ znamenajú všetky plnenia Poskytovateľa, ktoré je povinný vykonať na základe tejto Zmluvy, zahŕňajúce najmä všetky plnenia v rámci prípravy, tvorby a realizácie Kampane v súlade so Špecifikáciou predmetu zákazky.

„**Súťažné podklady**“ sú súťažné podklady podľa zákona o verejnom obstarávaní, ktoré Objednávateľ použil pri Verejnej súťaži predmetu tejto zmluvy.

„**Špecifikácia predmetu zákazky**“ znamená Prílohu č. 1 tejto Zmluvy. Špecifikácia predmetu zákazky špecifikuje účel, rozsah a iné kritériá a požiadavky na Služby a Kampaň tak, ako ich Objednávateľ definoval v časti B. súťažných podkladov Verejnej súťaže.

„**Podlimitná zákazka**“ má význam uvedený v bode A) Preambuly tejto Zmluvy.

„**Vyššia moc**“ má význam uvedený v bode 3.2.5 tejto Zmluvy.

„**Výstupy Kampane**“ alebo len „**Výstupy**“ sú príspevky Poskytovateľa zverejňované na sociálnych sieťach v súlade so Špecifikáciou predmetu zákazky pre príslušnú Kampaň.

„**Zákon o RPVS**“ znamená zákon č. 315/2016 Z. z. o registri partnerov verejného sektora a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

„**Zákon o verejnom obstarávaní**“ znamená zákon č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

„**Zmluva o NFP**“ má význam uvedený v bode C) Preambuly tejto Zmluvy.

„**Zmluva**“ znamená túto rámcovú dohodu o zabezpečení a realizácii marketingovej kampane v znení všetkých jej príloh a doplnení.

„**Zmluvná cena**“ znamená cenu za prípravu a realizáciu Kampane a poskytnutie ostatných plnení na základe tejto Zmluvy vrátane DPH uvedenú v bode 3.1.2 tejto Zmluvy.

„**Zmluvná strana**“ znamená Objednávateľa alebo Poskytovateľa podľa kontextu. V prípade označenia ako Zmluvné strany, zahŕňa tento pojem aj Objednávateľa aj Poskytovateľa.

## 1.2 Výklad Zmluvy a pojmov

Ak z kontextu Zmluvy nevyplýva niečo iné alebo v Zmluve nie je vyslovene uvedené inak, pre výklad Zmluvy a pojmov platia nasledovné pravidlá:

- a) slová v jednotnom čísle zahŕňajú aj ich množné číslo a naopak;
- b) slová v mužskom rode zahŕňajú aj ich ženský rod a naopak;
- c) názvy bodov alebo nadpisy alebo vysvetľujúce poznámky, ktoré sa uvádzajú v tejto Zmluve, slúžia iba pre lepšiu orientáciu a pri vysvetľovaní podstatných podmienok a ustanovení tejto Zmluvy sa nebudú brať do úvahy;
- d) prílohy Zmluvy tvoria jej neoddeliteľnú súčasť;
- e) deň sa rozumie kalendárny deň, pokiaľ Zmluva neurčuje inak;
- f) osobou sa rozumie aj právnická aj fyzická osoba, vrátane jej právneho nástupcu.

## 1.3 Predmet Zmluvy

- 1.3.1 Predmetom tejto Zmluvy je úprava práv a povinností Zmluvných strán pri plnení záväzku Poskytovateľa v súlade s touto Zmluvou riadne a včas, samostatne, na vlastnú zodpovednosť a s odbornou starostlivosťou počas trvania tejto Zmluvy poskytovať služby vytvorenia digitálneho automatizovaného prostredia pre získavanie nových potenciálnych klientov Národného projektu a služby správy sociálnych sietí pre informačné kampane vrátane komplexného zabezpečenia a realizácie marketingových Kampaní podľa pokynov Objednávateľa, a to všetko v súlade so Špecifikáciou predmetu zákazky.

1.3.2 Predmetom tejto Zmluvy sú najmä, nie však výlučne, nasledovné záväzky Poskytovateľa pre každú z Kampaní:

- a) navrhnúť, vyhotoviť a Objednávateľovi odovzdať vstupy Kampane tak, ako sú opísané v Špecifikácii predmetu zákazky;
- b) zabezpečiť realizačnú fázu Kampane,
- c) zabezpečiť plnenie jednotlivých čiastkových objednávok Objednávateľa a vykonať všetky ostatné činnosti súvisiace s komplexným zabezpečením a realizáciou marketingovej Kampane tak, ako sú opísané v Špecifikácii predmetu zákazky a v tejto Zmluve.

a to za účelom dosiahnutia požadovaného minimálneho dosahu Kampane v súlade so Špecifikáciou predmetu zákazky.

1.3.3 Predmetom tejto Zmluvy sú najmä, nie však výlučne, nasledovné záväzky Objednávateľa:

- a) Objednávateľ je povinný Poskytovateľovi poskytnúť všetku súčinnosť tak, aby Poskytovateľ mohol Kampaň na základe tejto Zmluvy navrhnúť, vypracovať a realizovať riadne a včas;
- b) Objednávateľ je povinný za riadne vykonané plnenia Poskytovateľovi zaplatiť Zmluvnú cenu v súlade s touto Zmluvou;
- c) Objednávateľ je riadne vykonané plnenia povinný v súlade s ustanoveniami tejto Zmluvy prevziať.

## **2. PRÁVA A POVINNOSTI PRI REALIZÁCIÍ KAMPANE**

### **2.1 Všeobecné podmienky realizácie Kampane**

2.1.1 Poskytovateľ je povinný začať práce na Kampani ihneď po nadobudnutí účinnosti tejto Zmluvy tak, aby celú Kampaň zrealizoval riadne a včas v súlade so Špecifikáciou predmetu zákazky. Poskytovateľ postupuje vždy v súlade s pokynmi Objednávateľa. Výstupy Kampane sú zhotovené riadne, ak splňajú všetky požiadavky podľa tejto Zmluvy a sú vyhotovené podľa pokynov Objednávateľa, a zodpovedajú účelu sledovaného touto Zmluvou a Súťažnými podkladmi. Výstupy musia byť zhotovené, odovzdané a uverejnené v kvalite určenej Objednávateľom, v súlade s právnymi predpismi a bez väd, ktoré by mohli mať za následok vznik škody na strane Objednávateľa alebo tretej osoby.

2.1.2 Zmluvné strany sa dohodli, že táto Zmluva sa bude realizovať formou jednotlivých objednávok zo strany Objednávateľa. Každá objednávka Objednávateľa bude vyhotovená v súlade s touto Zmluvou a na účely tejto Zmluvy má charakter vykonávacej dohody. Objednávku podpisuje štatutárny zástupca objednavateľa alebo ním poverená osoba. Poskytovateľ sa zaväzuje poskytnúť objednanú službu v rozsahu, akosti a termíne určenom v objednávke. Objednávateľ si vyhradzuje právo na zníženie rozsahu poskytovaných služieb v priebehu trvania Zmluvy podľa svojich aktuálnych potrieb.

2.1.3 Zmluvné strany sa dohodli, že od pokynov Objednávateľa sa môže Poskytovateľ odchýliť, len ak je to naliehavo nevyhnutné v záujme Objednávateľa a Poskytovateľ nemôže včas dostať jeho súhlas. Poskytovateľ je však povinný písomne o takomto postupe Objednávateľa informovať bez zbytočného odkladu.

- 2.1.4 Poskytovateľ je povinný písomne oznámiť Objednávateľovi všetky okolnosti, ktoré zistil pri plnení Zmluvy a ktoré môžu mať vplyv na zmenu pokynov Objednávateľa týkajúcich sa účelu sledovaného Zmluvou alebo sú podľa názoru Poskytovateľa nevyhnutné na riadne plnenie Zmluvy.
- 2.1.5 Ak by Poskytovateľ zistil akékoľvek prekážky, ktoré by mu bránili v riadnom plnení záväzkov vyplývajúcich z tejto Zmluvy, je o tom povinný bezodkladne informovať Objednávateľa a zároveň mu navrhnúť vhodné možnosti riešenia takýchto prekážok.
- 2.1.6 Poskytovateľ je povinný podľa potreby a na výslovnú žiadosť Objednávateľa zúčastňovať sa na rokovaníach súvisiacich s plnením Zmluvy a pravidelne informovať Objednávateľa o priebehu plnenia Zmluvy.
- 2.1.7 Objednávateľ je povinný poskytnúť zhotoviteľovi včas potrebnú súčinnosť pri plnení zmluvy, najmä poskytnúť zhotoviteľovi na požiadanie všetky podklady, ktoré sú podľa zhotoviteľa nevyhnutné pre plnenie zmluvy. Objednávateľ zodpovedá za správnosť a úplnosť ním poskytnutých podkladov. S poskytnutými podkladmi zhotoviteľ nie je oprávnený nakladať inak ako pre účely poskytovania služieb podľa zmluvy, najmä ich sprístupniť tretím osobám a to ani po zániku, resp. zrušení zmluvy. Po pominutí účelu ich držania je zhotoviteľ povinný ich vrátiť objednávateľovi.
- 2.1.8 Poskytovateľ je povinný strpieť dohľad nad realizáciou predmetu plnenia zo strany Objednávateľa.
- 2.1.9 Objednávateľ nezodpovedá za škodu, ktorá vznikne pri poskytovaní Služieb alebo v súvislosti s nimi alebo s touto Zmluvou.
- 2.1.10 Poskytovateľ sa zaväzuje konať tak, aby nedošlo k neoprávnenému zásahu do práv tretej osoby; ak by vytvorením príspevkov (poskytovanie Služieb) došlo k neoprávnenému zásahu do práv tretej osoby, ide o porušenie Zmluvy zo strany Poskytovateľa a Poskytovateľ sa zaväzuje bezodkladne odstrániť neoprávnený zásah. Objednávateľ má voči Poskytovateľovi právo na náhradu škody vzniknutej konaním Poskytovateľa, uplatnená zmluvná pokuta sa do náhrady škody nezapočítava.
- 2.1.11 Poskytovateľ bude mať nárok na predĺženie lehoty plnenia pokiaľ, a v takom rozsahu, v akom jeho oneskorenie bude spôsobené niektorou z nasledovných okolností:
- omeškanie alebo obmedzenie na strane Objednávateľa, ktoré je priamou príčinou omeškania Poskytovateľa;
  - dôvody Vyššej moci, ktoré sú priamou príčinou omeškania Poskytovateľa.

## **2.2 Produkčná a realizačná fáza Kampane**

- 2.2.1 Poskytovateľ je povinný za účelom zabezpečenia a realizácie Kampane:
- predložiť mesačný plán príspevkov vrátane textového a grafického obsahu individuálnych príspevkov na schválenie Objednávateľovi v súlade s požiadavkami a vo formátoch uvedených v Špecifikácii predmetu zákazky,
  - vytvoriť plnohodnotný prístup Objednávateľa do profilu na sociálnych sieťach a spravovať ho,
  - uverejňovať príspevky podľa schváleného plánu príspevkov tak, aby bol zabezpečený ich požadovaný dosah,
  - zabezpečovať komunikáciu v rámci daných profilov na sociálnych sieťach,

- e) pripravovať správy o dosiahnutých merateľných kľúčových ukazovateľov výkonnosti kampane v termíne určenom Objednávateľom,
- f) vykonávať iné plnenia uvedené v Špecifikácii predmetu zákazky.

2.2.2 Poskytovateľ preukáže riadne poskytnutie Služieb pre každú tému Kampane osobitne, nasledovným spôsobom:

- a) dodaním Výstupov Kampane elektronicky mailom alebo odovzdaním prístupových práv k externému úložisku na ktorom sú Výstup Kampane uložené;
- b) dodaním reportu výkonnosti Kampane.

Po preukázaní riadneho poskytnutia Služieb a ich overenia zo strany Objednávateľa je poskytnutie Služieb Objednávateľ na výzvu povinný Poskytovateľovi písomne potvrdiť. Toto písomné potvrdenie Objednávateľa bude podkladom pre fakturáciu čiastok Zmluvnej ceny.

2.2.3 Report musí obsahovať celkovú dosiahnutú výkonnosť Facebook bannerov, Google vyhľadávania a Google display a LinkedIn kampane pri všetkých uviesť počet zobrazení a počet kliknutí. Pri priamych kampaniach počet odoslaných, doručených, otvorených kliknutých emailoch, výkonnosť prechodu z emailu do prostredia webstránky a dokončených cieľoch. Pri dynamickom obsahu webu počet zobrazení a počet kliknutých prípadne vyplnených dynamických formulárov. Taktiež musí report obsahovať údaje o počte získaných nových kontaktov ako aj všeobecné informácie o veku a pohlaví návštevníkov vyjadrené v percentách a údaje o regiónoch.

### **2.3 Práva duševného vlastníctva a licencia**

2.3.1 Poskytovateľ k akýmkoľvek Výstupom, ktoré vyhotoví na základe tejto Zmluvy udeľuje Objednávateľovi v súlade s ustanovením § 65 a nasl. Autorského zákona výhradnú a bezodplatnú licenciu na akékoľvek použitie výstupov Poskytovateľa (vrátane kopírovania, užívania, zdieľania či zverejnenia, a to aj prostredníctvom tretích osôb) s právom postupovať takúto licenciu a udeľovať sublicenciu tretím osobám. Rovnako platí v prípade, ak na základe tejto zmluvy bude poskytovaním Služieb vytvorené iné plnenie spĺňajúce definíčné znaky autorského diela v zmysle Autorského zákona.

2.3.2 Táto licencia oprávňuje Objednávateľa a/alebo ktorúkoľvek osobu, ktorá bude oprávneným užívateľom týchto Výstupov a/alebo ktorúkoľvek osobu, ktorej boli postúpené práva v rozsahu licencie, na akékoľvek použitie týchto výstupov vrátane ich kopírovania, užívania, zdieľania a zverejnenia.

2.3.3 Licencia sa udeľuje ako výhradná, bez časového a teritoriálneho obmedzenia.

2.3.4 Poskytovateľ sa zaväzuje Objednávateľa odškodniť pred každým nárokom tretej osoby z porušenia akéhokoľvek autorského práva, ochrannej známky, obchodného záväzku, obchodného tajomstva, alebo iných duševných a priemyselných práv súvisiacich s plneniami podľa tejto Zmluvy, ktorý vznikne z alebo v súvislosti s používaním výstupov Poskytovateľa Objednávateľom a/alebo akoukoľvek treťou osobou v zmluvnom vzťahu s Objednávateľom. Poskytovateľ v plnej miere zodpovedá za škodu, ktorá Objednávateľovi vznikne v súvislosti s porušením akýchkoľvek povinností Poskytovateľa podľa tohto bodu.

- 2.3.5 Pre realizačnú fázu Kampane zároveň Objednávateľ poskytuje súhlas, resp. ponecháva mu právo na uvedenie akýchkoľvek výstupov na verejnosti v zmysle ustanovení § 19 ods. 4 písm. f/ a § 27 Autorského zákona.
- 2.3.6 Zmluvné strany sa zaväzujú vytvoriť a udržiavať pri plnení zmluvy úroveň informačnej bezpečnosti primeranú ochrane dôverných informácií, osobných údajov, informačných systémov oboch zmluvných strán.

### **3. OSTATNÉ USTANOVENIA**

#### **3.1 Zmluvná cena a platobné podmienky**

3.1.1 Zmluvná cena za plnenie predmetu Zmluvy je stanovená dohodou Zmluvných strán v súlade so zákonom č. 18/1996 Z. z. o cenách v znení neskorších predpisov a vyhlášky MF SR č. 87/1996 Z. z., ktorou sa vykonáva zákon o cenách a je rozčlenená nasledovne:

3.1.2 Celková cena za poskytnutie Služieb a všetky súvisiace plnenia za celé obdobie trvania Zmluvy je nasledovná:

Cena bez DPH: **176.884,00** EUR

Sadzba DPH: **35.376,00** EUR

Cena s DPH: **212.260,80** EUR

(slovom: dvestodvanásť tisíc dvestošesťdesiat eur a osemdesiat centov)

(ďalej aj ako „**Zmluvná cena**“)

3.1.3 Zmluvná cena je stanovená súčtom násobkov počtu mesiacov doby trvania Kampane v zmysle Špecifikácie predmetu zákazky tejto Zmluvy a jednotkovej (mesačnej) ceny Kampane v prílohe č. 2 tejto Zmluvy – Rozpočet Zmluvnej ceny. Zmluvná cena zahŕňa všetky náklady, odmeny, primeraný zisk, clá a iné náklady, vrátane platených reklám na riadne poskytnutie všetkých Služieb a odstránenie všetkých väd a zahŕňa v sebe všetky ostatné plnenia v rozsahu a na základe tejto Zmluvy.

3.1.4 Poskytovateľ vystaví faktúru po ukončení aktivít v príslušnom kalendárnom mesiaci, v ktorom boli poskytnuté Služby podľa tejto Zmluvy pre príslušnú Kampaň samostatne. Prílohou faktúry musí byť potvrdenie o riadnom poskytnutí Služieb v danom kalendárnom mesiaci v súlade s bodom 2.2.2 tejto Zmluvy.

3.1.5 Splatnosť každej faktúry podľa tejto Zmluvy je 60 dní od doručenia faktúry bez nedostatkov do sídla Objednávateľa v zmysle Zmluvy, a to bezhotovostným prevodom na účet Poskytovateľa uvedený v záhlaví Zmluvy.

3.1.6 Faktúra vystavená na základe tejto Zmluvy musí obsahovať náležitosti podľa zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov. Každá faktúra musí byť rozdelená na jednotlivé položky tak, ako sú uvedené v Rozpočte Zmluvnej ceny. Faktúra musí taktiež obsahovať nasledovné: názov operačného programu, číslo a názov opatrenia, názov projektu, kód ITMS projektu, číslo a názov Zmluvy, označenie „priebežná“ alebo „záverečná“, faktúra a jej číslo, špecifikácia plnenia v zmysle detailného rozpočtu označené až na úroveň čísla a názvu výdavku, špecifikácia platby (názov banky Poskytovateľa vrátane kódu SWIFT, číslo účtu Poskytovateľa vrátane čísla v tvare IBAN, špecifikácia predmetu plnenia formou prílohy, pečiatka a podpis oprávnenej osoby Poskytovateľa), dátum doručenia dokladu Objednávateľovi v prípade, že doba splatnosti bude viazaná na doručenie.

- 3.1.7 Ak faktúra nebude obsahovať uvedené náležitosti alebo ak nebude obsahovať správne údaje, Objednávateľ je oprávnený takúto faktúru vrátiť Poskytovateľovi spolu s označením nedostatkov, pre ktoré bola vrátená. V tomto prípade sa plynutie lehoty splatnosti takejto faktúry prerušuje a nová lehota splatnosti začne plynúť dňom nasledujúcim po dni doporučeného doručenia opravenej alebo doplnenej faktúry do sídla Objednávateľa.
- 3.1.8 Zmluvné strany berú na vedomie, že je možné vystaviť a doručiť faktúru podľa tejto zmluvy aj v zmysle zákona č. 215/2019 z. o zaručenej elektronickej fakturácii a centrálnom ekonomickom systéme a o doplnení niektorých zákonov ďalej len („zák. č. 215/2019 Z. z.“). Takto vystavená a doručená faktúra musí mať všetky náležitosti podľa § 2 ods. 2 písm. a) až m), zák. č. 215/2019.
- 3.1.9 Pokiaľ finančné prostriedky Objednávateľa určené na zaplatenie faktúry pre Poskytovateľa nebudú včas poukázané relevantnými orgánmi (SO/RO – MF, platobnou jednotou, Certifikačný orgán, Orgán auditu) za príslušné vykonané služby alebo ich časti, resp. faktúru, lehota na splatnosť faktúry sa prerušuje do dňa pripísania príslušnej čiastky finančných prostriedkov na účet Objednávateľa. V prípade pozastavenia žiadosti Objednávateľa o platbu relevantnými orgánmi vrátane EU založených na faktúrach od Poskytovateľa z dôvodov na strane Poskytovateľa bude pozastavené uhrádzanie aj následných faktúr Poskytovateľa do doby odstránenia nedostatkov a následného uhradenia resp. refundácie finančných prostriedkov zo strany Certifikačného orgánu, Európskej únie.

### **3.2 Riziko a zodpovednosť za škodu**

- 3.2.1 Poskytovateľ vyhlasuje a ubezpečuje Objednávateľa, že konaním Poskytovateľa a/alebo zverejnením žiadnych Výstupov v rámci realizačnej fázy Kampane ani iným plnením Služieb na základe tejto Zmluvy nedôjde k žiadnemu porušeniu Právnych predpisov zo strany Poskytovateľa ani Objednávateľa. Poskytovateľ zodpovedá bez obmedzenia za všetky škody, ktoré vzniknú jeho zavinením, a/alebo ktoré vzniknú Objednávateľovi a/alebo iným osobám v súvislosti s realizáciou Kampane.
- 3.2.2 Škodou sa rozumie aj škoda spočívajúca v povinnosti Objednávateľa vrátiť časť nenávratného finančného príspevku na financovanie predmetu tejto Zmluvy Poskytovateľovi NFP, resp. sankcia uložená Objednávateľovi Poskytovateľom NFP v prípade, ak Kampaň nebude vykonaná riadne a/alebo včas z dôvodov na strane Poskytovateľa. Nárok na náhradu škody nevylučuje právo Objednávateľa uplatniť zmluvnú pokutu v súlade s podmienkami Zmluvy.
- 3.2.3 Škodou sa rozumie aj akákoľvek sankcia alebo pokuta uložená Objednávateľovi zo strany orgánov verejnej správy alebo orgánov štátnej správy za porušenia akýchkoľvek povinností súvisiacich s plnením Zmluvy, za ktoré nesie zodpovednosť Poskytovateľ.
- 3.2.4 Poskytovateľ odškodní Objednávateľa od všetkých nárokov, škôd, strát a nákladov v súvislosti s poškodením alebo stratou akéhokoľvek majetku, nehnuteľného alebo hnutel'ného v rozsahu, v akom toto poškodenie alebo strata vyplýva z dôvodov vyhotovenia, dokončenia a/alebo užívania výstupov zhotovených a dodaných zo strany Poskytovateľa a/alebo ak sa dá pripísať akejkolvek nedbanlivosti, úmyselnému činu alebo porušeniu Zmluvy Poskytovateľom.



- 3.2.5 Poskytovateľ nezodpovedá podľa tejto Zmluvy za nároky, škody, straty a náklady v prípadoch, kedy ich vznik možno pričítať okolnosti Vyššej moci. Za okolnosť Vyššej moci sa má namysliť taká okolnosť, pri ktorej sú kumulatívne splnené všetky nižšie uvedené znaky:
- a) je mimo kontroly Zmluvnej strany;
  - b) proti jej vzniku sa Zmluvná strana nemohla primerane zabezpečiť;
  - c) Zmluvná strana sa jej po jej vzniku nemohla primerane vyhnúť alebo ju prekonať; a zároveň
  - d) Zmluvná strana ju v čase uzavretia tejto Zmluvy objektívne nemohla predvídať.
- (okolnosti podľa tohto bodu ďalej aj ako „**Vyššia moc**“)
- 3.2.6 Kedykoľvek ktorákoľvek Zmluvná strana zistí akúkoľvek prekážku, ktorá jej bráni alebo je odôvodnené predpokladať, že jej bude brániť, v plnení akýchkoľvek povinností podľa tejto Zmluvy, najmä tak prekážku Vyššej moci, je povinná jej vznik alebo existenciu bezodkladne písomne oznámiť druhej Zmluvnej strane. Pri riešení vzájomných nárokov spôsobených výskytom takýchto prekážok sú Zmluvné strany povinné postupovať vo vzájomnej súčinnosti tak, aby do najvyššej možnej miery zabránili následkom alebo zmiernili následky Vyššej moci.

### 3.3 Zmluvné sankcie

- 3.3.1 V prípade, že nastane niektorá z nižšie uvedených okolností má Objednávateľ na základe faktúry nárok požadovať od Poskytovateľa zaplatenie zmluvnej pokuty a Poskytovateľ je v prípade uplatnenia takého nároku zo strany Objednávateľa povinný Objednávateľovi zaplatiť nasledovné zmluvné pokuty (pre vylúčenie pochybností, pre každý prípad, kedy nastane akákoľvek z nižšie uvedených okolností, t. j. kedykoľvek aj opakovane):
- a) V prípade omeškania Poskytovateľa s poskytnutím akéhokoľvek plnenia (s plnením akejkoľvek časti Služieb), najmä doručenie plánu príspevkov v zmysle Špecifikácie predmetu zákazky oproti lehotám v ňom uvedeným, má Objednávateľ nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 0,05 % z čiastky Zmluvnej ceny pripadajúcej na Kampaň pre príslušnú tému, s ktorým sa Poskytovateľ dostal do omeškania, a to za každý aj začatý deň omeškania;
  - b) V prípade, ak Poskytovateľ v rámci mesačnej Kampane nedosiahne záväzné parametre, resp. požadovaný dosah Kampane tak, ako je uvedený v Špecifikácii predmetu zákazky, má Objednávateľ nárok na úhradu zmluvnej pokuty vo výške 30 % hodnoty každého nedosiahnutého reachu/impresie v zmysle Rozpočtu Zmluvnej ceny.
  - c) V prípade, ak Poskytovateľ zadá určitú časť plnenia tejto Zmluvy Subdodávateľovi v rozpore s postupom podľa bodu 0 tejto Zmluvy má Objednávateľ nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 5.000,- EUR (slovom: päťtisíc euro);
  - d) V prípade, ak nastane ktorýkoľvek dôvod, ktorý dáva Objednávateľovi možnosť odstúpiť od tejto Zmluvy v zmysle bodu 3.4.6 tejto Zmluvy nižšie, má Objednávateľ nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 5 % z celkovej Zmluvnej ceny.

- 3.3.2 V prípade omeškania Objednávateľa s úhradou faktúr má Poskytovateľ nárok na zaplatenie úroku z omeškania vo výške 0,05 % z dlžnej sumy vrátane DPH za každý aj začatý deň omeškania. To neplatí ak je omeškanie spôsobené v súvislosti s viazaním, reguláciou, zmenou štátneho rozpočtu, alebo peňažným ústavom Objednávateľa.
- 3.3.3 Zmluvnú pokutu uvedenú v 3.3.1b) je Objednávateľ oprávnený uplatniť v tom prípade, ak Poskytovateľ v mesiaci bezprostredne nasledujúcom po mesiaci, v ktorom vznikol dôvod pre uplatnenie tejto pokuty nedosiahol minimálne požadovanú hodnotu/počet impresií/reachov zvýšenú o hodnotu/počet impresií/reachov, ktoré sa mu nepodarilo dosiahnuť v predchádzajúcom mesiaci.
- 3.3.4 Zaplatením zmluvnej pokuty na základe tejto Zmluvy nezaniká povinnosť splniť zabezpečený záväzok, okrem prípadov objektívnej nemožnosti dodatočného plnenia. Rovnako nezaniká ani nárok na náhradu škody príslušnej Zmluvnej strany, ktorá jej vznikne v súvislosti s porušením tejto Zmluvy v plnej výške.
- 3.3.5 Splatnosť faktúry za zmluvnú pokutu vystavenej podľa tohto bodu bude minimálne tridsať (30) kalendárnych dní.

#### **3.4 Trvanie a ukončenie Zmluvy**

- 3.4.1 Táto Zmluva nadobúda platnosť dňom jej podpisu oboma zmluvnými stranami a účinnosť deň po dni jej zverejnenia v súlade s Právnymi predpismi.
- 3.4.2 Táto Zmluva do úplného splnenia všetkých vzájomných povinností a vysporiadania všetkých záväzkov Zmluvných strán na základe tejto Zmluvy, pokiaľ nedôjde k jej predčasnému ukončeniu v súlade s ustanoveniami tejto Zmluvy.
- 3.4.3 Táto Zmluva zanikne okrem splnenia všetkých práv a povinností oboch Zmluvných strán aj písomnou dohodou Zmluvných strán alebo písomným odstúpením od Zmluvy jednej zo Zmluvných strán.
- 3.4.4 V prípade zániku Zmluvy dohodou Zmluvných strán, táto zaniká dňom uvedeným v tejto dohode. Dohoda o ukončení Zmluvy musí byť písomná. V tejto dohode sa upravujú aj vzájomné nároky Zmluvných strán, ktoré vzniknú z plnenia zmluvných povinností alebo z ich porušenia druhou Zmluvnou stranou ku dňu zániku Zmluvy dohodou.
- 3.4.5 V prípade odstúpenia od Zmluvy sa Zmluvné strany budú riadiť ustanoveniami § 344 a nasl. Obchodného zákonníka. Odstúpenie od Zmluvy musí mať písomnú formu, musí byť doručené druhej Zmluvnej strane (ktorá svoju povinnosť porušila) a je účinné dňom doručenia odstúpenia Zmluvnej strane, ktorá svoju povinnosť porušila.
- 3.4.6 Objednávateľ je oprávnený okamžite odstúpiť od Zmluvy v prípade podstatného porušenia Zmluvy Poskytovateľom. Na účely tejto Zmluvy sa za podstatné porušenie Zmluvy Poskytovateľom považuje najmä, nie však výlučne:
- a) ak sa preukáže, že Poskytovateľ v Ponuke Poskytovateľa predložil nepravdivé doklady alebo uviedol nepravdivé, neúplné alebo skreslené údaje, ktoré mohli mať vplyv na výsledok Verejnej súťaže;
  - b) ak nastane iná okolnosť uvedená v tejto Zmluve alebo v Právnych predpisoch oprávňujúca Objednávateľa odstúpiť od Zmluvy.

### 3.5 Subdodávateľa a experti

- 3.5.1 Poskytovateľ je oprávnený plnením vybraných častí tejto Zmluvy poveriť svojich Subdodávateľov. Zoznam Subdodávateľov tvorí Prílohu č. 3 tejto Zmluvy. V zozname Subdodávateľov sa uvádza podiel plnenia každého Subdodávateľa z celkovej ceny plnenia a údaje o osobe oprávnenej konať za Subdodávateľa v rozsahu meno a priezvisko, adresa pobytu, dátum narodenia. Každý Subdodávateľ, ktorý má takú povinnosť, musí byť zapísaný v registri partnerov verejného sektora podľa Zákona o RPVS.
- 3.5.2 V prípade, ak má počas plnenia Zmluvy Poskytovateľ záujem zmeniť alebo doplniť svojich Subdodávateľov, je povinný rešpektovať nasledovné pravidlá:
- a) Subdodávateľ, ktorý má takú povinnosť, musí byť zapísaný v registri partnerov verejného sektora podľa Zákona o RPVS,
  - b) Subdodávateľ, ktorého sa týka návrh na zmenu, musí byť schopný realizovať príslušnú časť predmetu zákazky a musí spĺňať rovnaké podmienky, ako pôvodný Subdodávateľ (ak boli stanovené),
  - c) Poskytovateľ oznámi Objednávateľovi návrh na zmenu Subdodávateľa spolu s predložením dokladov preukazujúcich splnenie podmienok uvedených vyššie.
- 3.5.3 Návrh na zmenu subdodávateľa spolu s dokladmi podľa bodu 3.5.2c) vyššie a aktualizovaným znením Prílohy č. 3 musí Poskytovateľ predložiť Objednávateľovi najneskôr 3 pracovné dni pred začatím plánovanej subdodávky. Objednávateľ má právo zmenu odmietnuť, ak nie sú splnené podmienky uvedené v bode 3.5.2 vyššie.
- 3.5.4 Pre vylúčenie pochybností sa Zmluvné strany dohodli, že pre zmenu alebo doplnenie Subdodávateľov nie je potrebné uzatvárať dodatok k tejto Zmluve, pokiaľ bude dodržaný postup podľa tohto bodu.
- 3.5.5 V prípade, ak Poskytovateľ využije na plnenie ktorejkoľvek povinnosti podľa tejto Zmluvy Subdodávateľa, Poskytovateľ za konanie Subdodávateľa voči Objednávateľovi zodpovedá, ako keby plnenie vykonával sám.
- 3.5.6 Poskytovateľ nesie plnú zodpovednosť a prípadné sankcie za subdodávateľov, ktorí porušili zákaz nelegálneho zamestnávania.
- 3.5.7 Poskytovateľ sa zaväzuje, že výkon vybraných odborných činností v rámci plnenia tejto Zmluvy bude vykonávať výlučne prostredníctvom expertov, prostredníctvom ktorých preukazoval splnenie podmienok účasti technickej alebo odbornej spôsobilosti podľa súťažných podkladov vyhlásenej Verejnej súťaže, a ktorých za týmto účelom identifikoval vo svojej ponuke (ďalej aj ako „**Expert**“ alebo jednotlivito ako „**Expert**“). Zoznam jednotlivých Expertov s uvedením ich kvalifikácie a doklady preukazujúce ich kvalifikáciu tvoria obsah Prílohy č. 4 tejto Zmluvy.
- 3.5.8 V prípade, ak chce Poskytovateľ nahradiť Experta, takéto nahradenie je možné výlučne so súhlasom Objednávateľa. Objednávateľ takýto súhlas bezdôvodne neodoprie, avšak platí, že novo navrhovaný Expert musí spĺňať rovnakú odbornú spôsobilosť, ako je spôsobilosť, ktorej splnenie preukazoval Expert, ktorý sa nahrádza. Spôsobilosť nového Expertu Poskytovateľ preukazuje profesijným životopisom príslušnej osoby, s takým minimálnym obsahom, aký musel mať životopis pôvodného Expertu podľa podmienok Verejnej súťaže..

- 3.5.9 Pre vylúčenie pochybností sa Zmluvné strany dohodli, že pre nahradenie Expertov nie je potrebné uzatvárať dodatok k tejto Zmluve, pokiaľ bude dodržaný postup podľa tohto bodu. Po zmene Experta Zmluvné strany aktualizujú Prílohu č. 4 o údaje o novom Expertovi.

### **3.6 Spoločné a záverečné ustanovenia**

- 3.6.1 Práva a povinnosti Zmluvných strán neupravené v tejto Zmluve sa riadia príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka a Zákona o verejnom obstarávaní a ostatných všeobecne záväzných Právnych predpisov platných a účinných v Slovenskej republike.

- 3.6.2 Poskytovateľ nie je oprávnený postúpiť akékoľvek pohľadávky (práva) vyplývajúce z tejto Zmluvy na tretiu osobu alebo sa dohodnúť s treťou osobou na prevzatí jeho záväzkov (povinností) vyplývajúcich z tejto Zmluvy bez predchádzajúceho písomného súhlasu Objednávateľa.

- 3.6.3 Z dôvodu, že predmet plnenia môže byť čiastočne financovaný z prostriedkov poskytnutých Objednávateľovi na základe Zmluvy o NFP, zaväzuje sa Poskytovateľ strpieť výkon kontroly/auditú súvisiaceho so zhotovením Kampane a/alebo v súvislosti s nim v zmysle Zmluvy o NFP kedykoľvek počas platnosti a účinnosti zmluvy o NFP, a to oprávnenými osobami na výkon tejto kontroly/auditú a poskytnúť im všetku súčinnosť. Oprávnené osoby na výkon kontroly/auditú sú najmä:

- a) Poskytovateľ NFP a ním poverené osoby,
- b) Útvár vnútorného auditu riadiaceho orgánu alebo sprostredkovateľského orgánu a nimi poverené osoby,
- c) Najvyšší kontrolný úrad SR, príslušná Správa finančnej kontroly, Certifikačný orgán a nimi poverené osoby,
- d) orgán auditu, jeho spolupracujúce orgány a nimi poverené osoby,
- e) splnomocnení zástupcovia Európskej Komisie a Európskeho dvora audítorov,
- f) Orgán zabezpečujúci ochranu finančných záujmov EÚ,
- g) osoby prizvané orgánmi podľa písm. a) - f) tohto bodu v súlade s príslušnými Právnyimi predpismi. Orgán zabezpečujúci ochranu finančných záujmov EÚ.

Poskytovateľ je povinný strpieť kontrolu zo strany Poskytovateľa NFP v zmysle zmluvy medzi Poskytovateľom NFP a prijímateľom NFP (Objednávateľom).

Objednávateľ má právo bez akýchkoľvek sankcií odstúpiť od tejto zmluvy v prípade, kedy ešte nedošlo k plneniu z tejto zmluvy medzi Objednávateľom a Poskytovateľom a výsledky kontroly Poskytovateľa NFP neumožňujú financovanie výdavkov vzniknutých z tohto obstarávania.

- 3.6.4 Zmluva je vyhotovená v štyroch (4) rovnopisoch, pričom Objednávateľ obdrží dva (2) rovnopisy a Poskytovateľ obdrží dva (2) rovnopisy.

- 3.6.5 Zmluvné strany berú na vedomie, že zmena Zmluvy je možná len v súlade s § 18 Zákona o verejnom obstarávaní a to za predpokladu, že sa nezmenia záväzky Poskytovateľa, ku ktorým sa zaviazal v Ponuke Poskytovateľa. Prípadná zmena tejto Zmluvy je možná len písomnou dohodou Zmluvných strán, a to vo forme číslovaných dodatkov podpísaných oprávnenými zástupcami oboch Zmluvných strán.

- 3.6.6 Ak niektoré ustanovenia tejto Zmluvy nie sú celkom alebo sčasti účinné alebo platné alebo neskôr stratia účinnosť alebo platnosť, nie je tým dotknutá účinnosť a platnosť ostatných ustanovení. Ak sa niektoré z ustanovení tejto Zmluvy stane neplatným z dôvodu rozporu s Právnymi predpismi, zaväzujú sa Zmluvné strany takéto ustanovenie nahradit' iným, primerane zodpovedajúcim Právnemu významu pôvodného ustanovenia a zmyslu a účelu tejto Zmluvy.
- 3.6.7 Zmluvné strany vyhlasujú, že sa s obsahom Zmluvy oboznámili, túto uzatvorili slobodne a vážne, že sa zhoduje s ich prejavom vôle a svoj súhlas s jej obsahom potvrdzujú vlastnoručným podpisom.
- 3.6.8 Neoddeliteľnou súčasťou Zmluvy sú nasledovné prílohy:
- Príloha č. 1 Špecifikácia predmetu Zákazky*
  - Príloha č. 2 Rozpočet Zmluvnej ceny*
  - Príloha č. 3 Zoznam Subdodávateľov*
  - Príloha č. 4 Zoznam Expertov*

v Bratislave, dňa 2024

v Bratislave, dňa 2024

za objednávateľa:

za zhotoviteľa:

.....



## Príloha č.1 Rámcovej dohody

### ČASŤ B. Opis predmetu zákazky

Nižšie sú stanovené záväzné požiadavky na služby tvoriace predmet zákazky. Pokiaľ sa v opise predmetu zákazky použil odkaz na konkrétnu značku, výrobcu, alebo výrobok alebo typ výrobku – tieto boli použité výlučne pre ilustráciu vtedy, ak nebolo možné dostatočne presne a zrozumiteľne opísať predmet zákazky v súlade so ZVO a obvyklou obchodnou praxou prevažujúcou pri dodávke rovnakých alebo obdobných predmetov zákazky. V takýchto prípadoch sa má za to, že je takýto odkaz vždy doplnený slovami "alebo ekvivalentný" a platí, že uchádzač môže vždy ponúknuť aj ekvivalentné alebo lepšie plnenie v súlade s ustanovením § 42 ods. 3 ZVO.

## 1 CIEĽ, OPIS PREDMETU ZÁKAZKY A ŠPECIFIKÁCIA POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB

### 1.1. CIEĽ

- vybudovanie *digitálneho automatizovaného prostredia pre získavanie nových potenciálnych klientov Národného projektu Podpora internacionalizácie malých a stredných podnikov (NP) pre riadenie komunikácie v digitálnom prostredí z jedného miesta pomocou Online PPC kampaní a priamych kampaní v rámci životného cyklu nábora potenciálnych klientov a existujúcich odberateľov a klientov na web stránke [www.sario.sk](http://www.sario.sk)*. Vytváranie automatizovaných kampaní pre identifikáciu firiem a ich relevantných zástupcov, komunikáciu konkrétnych podujatí novým a existujúcim odberateľom a klientom agentúry a NP čím dosiahneme zvýšenie povedomia o NP a zvýšenie miery zapojenia sa do aktivít agentúry a NP a tým podporiť plnenie merateľných ukazovateľov NP.
- *zabezpečenie jednotnej a automatizovanej online publicity prostredníctvom PPC kampaní a priamych kampaní* pre jednotlivé aktivity a podujatia organizované v rámci Národného projektu a podujatí organizované agentúrou:
  - ✓ *Podnikateľské misie,*
  - ✓ *Veľtrhy a výstavy,*
  - ✓ *Exportné akadémie,*
  - ✓ *Kooperačné podujatia*
  - ✓ *Sourcing a Rozvoj dodávateľských reťazcov,*
- *Zabezpečenie platformy* pre presné cielenie kampaní a pre automatizované a individualizované ponuky pre vracajúcich sa návštevníkov, alebo návštevníkov, ktorí prichádzajú na webové sídlo obstarávateľa tak, aby im bol dynamicky ponúkaný obsah relevantný pre nich. Platforma musí umožňovať najmä:
  - ✓ *Sledovanie (tracking) návštevníkov web stránky na základe ich preferencie,*
  - ✓ *Individualizovanú úpravu webovej stránky návštevníkovi, ktorí sa na stránku vracia na základe jeho preferencií,*

- ✓ *Individualizovanie landing page aj tým záujemcom, ktorí sa na webovú stránku obstarávateľa nedostanú priamym preklikom, ale aj po inom čase iným kanálom (priamy klik, vyhľadávanie google, odklik newsletter),*
- ✓ *Personalizácia obsahu newslettera/iného direct mailu na základe predchádzajúceho záujmu a preferencií návštevníkov*
- **Vytvorenie kreatívnych riešení pre on-line kampane** s dôrazom na tvorbu vizuálnych a textových formátov a vhodnú skladbu kľúčových slov použitých pri kampaniach pre jednotlivé formáty podujatí zabezpečovaných obstarávateľom:
  - ✓ *Návrh kľúčových slov,*
  - ✓ *Copywriting kampaní v súčinnosti s obstarávateľom,*
  - ✓ *Kreatívna tvorba vizuálnych elementov digitálnych kampaní v súčinnosti s obstarávateľom,*
  - ✓ *Automatizovaná dynamická úprava frontpage a landingpage webového sídla obstarávateľa pre recipientov reklamných kampaní*
  - ✓ *Od uchádzača sa očakáva, že zadefinuje jednotný grafický jazyk, ktorý bude zahŕňať kreativitu všetkých kampaní. Neočakáva sa vytvorenie špecifického dizajnmanuálu, iba to, aby všetka kreatíva mala zjednotený dizajnerský jazyk. Uchádzač by mal vychádzať z manuálu pre branding Slovenska: [https://sacr3-files.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Identita/Dizajnov%C3%BD%20manu%C3%A1l%20Branding%20Slovenska%20\(%C3%BApln%C3%A1%20verzia\).pdf](https://sacr3-files.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Identita/Dizajnov%C3%BD%20manu%C3%A1l%20Branding%20Slovenska%20(%C3%BApln%C3%A1%20verzia).pdf)*

## 1.2. STRUČNÝ OPIS PREDMETU ZÁKAZKY

Predmetom zákazky je príprava a organizačné zabezpečenie komunikačno-informačnej kampane k aktivitám Národného projektu – Podpora internacionalizácie malých a stredných podnikov v rámci Operačného programu Integrovaná infraštruktúra.

Cieľom komunikačno-informačnej kampane je informovanie cieľovej skupiny o aktivitách realizovaných v rámci Národného projektu, o efektívnosti a širokom spektre aktivít realizovaných vďaka financovaniu z Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu integrovaná infraštruktúra (OPII).

Účelom komunikačno-informačnej kampane je identifikácia a prilákanie nových potenciálnych účastníkov aktivít a podujatí Národného projektu Podpora internacionalizácie malých a stredných podnikov (NP) a zvýšenie návštevnosti web stránku [www.sario.sk/NP](http://www.sario.sk/NP) za účelom bližšej informovanosti o podujatiach agentúry, zvýšiť mieru zapojenia cieľovej skupiny a zároveň podporiť osvetu medzi existujúcimi odberateľmi a klientami agentúry či NP s cieľom zvýšiť povedomie o NP a všetkých jeho aktivitách medzi cieľovými skupinami a tým podporiť plnenie merateľných ukazovateľov NP.

Výsledkom tohto verejného obstarávania bude uzavretie rámcovej dohody o zabezpečení a realizácii marketingovej kampane (ďalej aj „poskytovateľ“) na poskytovanie služieb komunikačno-informačnej kampane na obdobie 24 mesiacov alebo do vyčerpania zmluvného plnenia a poskytnutie automatizovaného nástroja na dynamickú úpravu landing a front page stránky obstarávateľa a na sledovanie recipientov kampaní na obdobie 36 mesiacov, aby bolo možné zabezpečiť kontinuitu komunikačných aktivít obstarávateľom aj po ukončení



zmluvného vzťahu na realizáciu marketingovej kampane. Jednotlivé čiastkové objednávky na aktivity uvedené v tomto opise predmetu zákazky budú zadávané verejným obstarávateľom podľa aktuálnych potrieb verejného obstarávateľa podľa informácií o kritériách na vyhodnotenie ponúk a pravidiel ich uplatnenia uvedených v týchto súťažných podkladoch. Predmetom zákazky je poskytnutie realizácie reklamnej a informačnej online kampane s pôsobnosťou vo všetkých samosprávnych krajoch Slovenskej republiky s výnimkou Bratislavského kraja.

### 1.3. CIEĽOVÁ SKUPINA

- Slovenské malé a stredné podniky so sídlom mimo Bratislavského samosprávneho kraja (podniky do 250 zamestnancov). Cieľovou skupinou, ktorá je podporená v Národnom projekte, sú malé a stredné podniky (MSP) definované prílohou č. I nariadenia Komisie (EÚ) č. 651/2014 zo 17. júna 2014 o vyhlásení určitých kategórií pomoci za zlučiteľné s vnútorným trhom (okrem MSP so sídlom v Bratislavskom samosprávnom kraji, ktorý je v dôsledku zaradenia do skupiny viac rozvinutých regiónov vyňatý z tejto podpory).
- Dospelá populácia
- Vecné zameranie kampane: propagácia jednotlivých podujatí, aktivít a nástrojov NP – zvýšenie miery zapojenia sa a možnosť využitia podpory prostredníctvom Národného projektu a účasti podnikov na veľtrhoch a výstavách, podnikateľských misiách, exportných akadémiách, kooperačných podujatiach na Slovensku a v zahraničí a využitia služby Sourcing a Rozvoj dodávateľských reťazcov.
- Hlavným cieľom Národného projektu je posilnenie internacionalizačných kapacít MSP vrátane prezentácie podnikateľského potenciálu a poskytnutie bezplatných prezentačných, kooperačných a poradenských služieb MSP za účelom zvýšenia ich zapojenia do medzinárodnej spolupráce.

### 1.4. ŠPECIFIKÁCIA POSKYTOVANÝCH SLUŽIEB

#### ČASŤ A

Čiastkové zadania bude verejný obstarávateľ zadávať v rámci komunikačných kanálov a aktivít - **Google vyhľadávanie, obsahová sieť a Remarketing, Facebook reklama, LinkedIn reklama, priama komunikácia a prispôbenie obsahu web stránky**. Zabezpečenie online priestoru a realizácia online PPC kampaní a priamych kampaní – s využitím pokročilých nástrojov automatizácie komunikácie cielením komunikácie podľa veku, správania sa v online prostredí a na stránke sario.sk kde budú jednotlivé kampane rozdelené na kanály v nasledovnom pomere:

- **A: Google vyhľadávanie, obsahová sieť a Remarketing - 25%** (homepage: [www.sario.sk/NP](http://www.sario.sk/NP))
  - v minimálnom rozsahu 300 000 celkových zobrazení, z toho minimálne 100 000 unikátnych zobrazení/užívateľov z relevantnej cieľovej skupiny
  - využitie GDN podľa vhodnosti v závislosti od kampane
  - v minimálnom percentuálnom nastavení konverzií Page View - DOM ready na úrovni 1 %, pričom ak nebude zabezpečená takáto miera konverzií, je povinný dodávateľ v kampani pokračovať až do momentu, kým bude dosiahnutý tento plánovaný výsledok každej kampane. To znamená, že ak bude splnená požiadavka minimálneho počtu

*zobrazení, ale počet konverzií bude nižší, bude sa navyšovať počet zobrazení, pričom cieľové absolútne číslo konverzií ostáva rovnaké ako na začiatku kampane. Alternatívnym parametrom, ktorý je možné sledovať je dosiahnutie CTR 5,5%.*

- *Sledovanie a identifikácia návštevníkov, ktorí reklamu videli, ale na stránku sa dostali iným spôsobom než je preklik.*
- **B: Facebook reklama - 25%** (homepage: [www.facebook.com/SARIOagency](http://www.facebook.com/SARIOagency))
  - *v minimálnom rozsahu 150 000 zobrazení reklám z regiónov mimo bratislavského kraja, z toho 50 000 unikátnych zobrazení/užívateľov z relevantnej cieľovej skupiny*
  - *Zabezpečenie konverzií na požadovaný druh interakcia (preklik, označenie páči sa mi, polož otázku...) na úrovni 5,5 % pôvodného cieľu kampane, pričom dodávateľ musí túto číselnú hodnotu dosiahnuť aj po prekročení plánovaného počtu zobrazení reklamy.*
- **C: LinkedIn reklama - 20%** (homepage: <https://www.linkedin.com/company/slovak-investment-and-trade-development-agency>)
  - *v minimálnom rozsahu 75 000 zobrazení reklám z regiónov mimo bratislavského kraja, z toho 30 000 unikátnych zobrazení/užívateľov z relevantnej cieľovej skupiny*
  - *zabezpečenie jazykových verzii pre prípad nevalidnej kampane z dôvodu jazykovej prekážky*
  - *vytváranie relevantného obsahu afinitného na tému reklamnej kampane a prelinkovanie cez LinkedIn*
  - *Zvyšovanie počtu followerov o 10%*
- **D: Priama komunikácia - 10%** (homepage: [www.sario.sk/NP](http://www.sario.sk/NP))
  - *Direct mail na konzumentov reklamných kampaní – automatizované získavanie verejných e-mailových adries tých, ktorí reflektujú na reklamné kampane*
  - *Individuálne a personalizované ponuky*
  - *Vyhodnocovanie výsledkov remarketingu s cieľom navýšiť počet konverzií o 1% pri každom nasledujúcom direct maili*
- **E: Automatizované prispôsobenie obsahu webstránky - 10%** (homepage: [www.sario.sk/NP](http://www.sario.sk/NP))
  - *Automatizovaná úprava landing page na základe preferencie klienta, ktorý reaguje na reklamnú kampaň*
  - *Zabezpečenie tejto zmeny aj v prípade, že sa záujemca nedostane na stránku priamym preklikom z kampane, ale iným spôsobom, ako je napríklad priame zadanie adresy, alebo generickým výsledkom vo vyhľadávачi (Znamená to, že ak sa napríklad stretol už s reklamou na niektoré z podujatí, alebo si ju aktívne vyhľadával, mal by mu byť ponúknutý obsah, ktorý je relevantný k danej téme)*
  - *Práca s redakčným systémom stránky a jeho úprava - v súčasnosti Drupal 7*
  - *programátorské práce najmä v implementovaní systému na tracking návštevníkov a dynamickú zmenu landing page na základe poznania zákazníka*
- **F: Kreatívne práce - 10%**
  - *Návrh kľúčových slov pre každú kampaň a ich reevaluácia minimálne 1x po uplynutí 50% času realizácie kampane*

- *Návrh copywritingu pre reklamné kampane, vrátane podtitulov, krátkych anotácií a statusov, ak je to potrebné*
- *Návrh vizuálnej kreativity kampaní, ak je to potrebné v zmysle dizajnmanuálu a v kooperácii s obstarávateľom: ([https://sacr3-files.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Identita/Dizajnov%C3%BD%20manu%C3%A1l%20Branding%20Slovenska%20\(%C3%BApln%C3%A1%20verzia\).pdf](https://sacr3-files.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Identita/Dizajnov%C3%BD%20manu%C3%A1l%20Branding%20Slovenska%20(%C3%BApln%C3%A1%20verzia).pdf))*
- *Návrh komplexného riešenia pre každú kampaň*

#### Rozsah kampane a sektory:

- ✓ *Automobilový priemysel*
- ✓ *Elektrotechnický priemysel*
- ✓ *Strojársky priemysel*
- ✓ *Chemický a plastikársky priemysel*
- ✓ *Informačné a komunikačné technológie*
- ✓ *SSC & BPO*
- ✓ *Letecký a vesmírny priemysel*
- ✓ *Farmaceutický priemysel*
- ✓ *Potravinársky priemysel*
- ✓ *Aerospace*
- ✓ *R&D*

## **ČASŤ B**

### Ďalšie služby realizované pred a počas dodávania služieb uvedených v časti A tohto článku:

- *Využitie technológií pre riadenie automatizovanej komunikácie a vypracovanie adekvátnej stratégie pre maximalizáciu efektivity komunikácie, príprava mediálneho plánu pre jednotlivé typy kampaní (PPC kampaň Google, PPC kampaň Facebook a PPC kampaň LinkedIn, priame kampane vo forme Lead Nurturing, využitie dynamického obsahu), ktorý obsahuje najmä špecifiká umiestňovania reklám – výber médií, ako napríklad Facebook, LinkedIn, Google Ads, definovanie cieľových skupín, výber vhodných kľúčových slov, posolstiev, textov, banerov a pod. v spolupráci s objednávateľom pre zabezpečenie služieb uvedených v časti A a B.*
- *Nákup a poskytnutie online priestoru, nastavenie, realizácia a správa jednotlivých kampaní, vrátane nastavenia cieľov a konverzií na Google Analytics konte agentúry;*
- *Vytvorenie Lead Score modelu správania sa zákazníkov počas celého obdobia spolupráce pre efektívne riadenie mediálneho rozpočtu a cielenia komunikácie;*
- *Analýza správania sa používateľov a optimalizácia jednotlivých kampaní na dennej báze;*

Činnosti na ktorých sa spolupodieľa alebo ktoré zabezpečuje verejný obstarávateľ (objednávateľ):

- ✓ *Podklady, povinné označenie projektu ako aj podklady k tvorbe kampane dodá zodpovedná osoba za marketingovú komunikáciu agentúry*
- ✓ *Prístup do existujúceho Google Adwords konta agentúry poskytne verejný obstarávateľ na celú dobu trvania kampane.*
- ✓ *Na grafickej tvorbe reklamných bannerov bude spolupracovať projektový manažér pre marketingovú komunikáciu/grafik agentúry*
- ✓ *Všetky textové a vizuálne podklady budú publikované online až po schválení zo strany verejného obstarávateľa*
- ✓ *Cena musí byť konečná a zahŕňať všetky personálne a režijné náklady dodávateľa, pravidelné konzultácie u zadávateľa vo všetkých fázach prípravy, realizácie či vyhodnocovania jednotlivých kampaní.*

## ČASŤ C

Vyhodnotenie jednotlivých kampaní podľa objednávateľom požadovaných parametrov a kritérií dodaním tzv. reportu výkonnosti kampane;

### Forma reportu:

- ✓ *vyhodnotenie jednotlivých kampaní podľa objednávateľom požadovaných parametrov a kritérií dodaním tzv. reportu výkonnosti kampane:*
- ✓ *očakávanie vs. realita v absolútnom aj % vyjadrení,*
- ✓ *dosah /počet unikátnych užívateľov,*
- ✓ *click through rate v % (SK: miera prekliknutia na cieľovú stránku),*
- ✓ *počet konverzií a miera konverzií v % - treba nastaviť v GA registračný link ako konverziu, response rate kampane v % (celková odozva kampane)*
- ✓ *Počet návštevníkov stránky, ktorí vzhľadli reklamu, no na stránku sa dostali iným spôsobom.*
- ✓ *Miera konverzií v závislosti od cieľových skupín*

**Príloha č.2 Zmluvy: Položkový rozpočet zmluvnej ceny**  
**Online PPC kampane a súvisiace reklamné služby projektu Podpora internacionalizácie**  
**malých a stredných podnikov a kampane agentúry**

	Popis položky	Termín dodania v pracovných dňoch	Počet (["])	Jednotka (["])	Jednotková cena bez DPH	Celková cena bez DPH	Celková cena s DPH
<b>Všeobecné služby</b>							
1.	Stratégia kampaní a kreatívny návrh (vytvorenie uceleného a komplexného ideového a strategického návrhu všetkých pripravovaných kampaní, vytvorenie platformy a návrh synergických riešení, tak, aby sa navzájom kampane mohli podporovať, vytipovanie vhodných formátov a jednotlivých riešení, možnosť odporučiť iný split váhy jednotlivých nástrojov, než sú určené odberateľm maximálnej miere transferu 10% prostriedkov medzi jednotlivými nástrojmi)	10	1	plán	15000	15000	18000
2.	Definovanie cieľových skupín na základe sociodemografických parametrov pre jednotlivé kampane.	5	5	plánov	1500	7500	9000
3.	Account manažment zákazky	počas trvania zákazky	350	hodín	55	19250	23100
4.	Zabezpečenie licencie na systém pre automatizovanú správu reklamných kampaní, sourcing leadov, automatizovanú úpravu landing page pre návštevníkov stránky definovaných podľa kritérií, automatizované personalizovanie direct mailingových aktivít na základe preferencií oslovovaných ľudí	5	36	mesiacov	1000	36000	43200
5.	Školenie na prácu s vybraným systémom/platformou	10	4	osoby	1000	4000	4800
6.	Workshop pre efektívne kooperovanie a vytváranie obsahu kampaní. (Určené pre obstarávateľa, realizácia minimálne dvoch workshopov počas trvania spolupráce, pre prípadné doškolenie nových pracovníkov. Určené najmä pre zjednotenie vizuálneho a verbálneho jazyka komunikátov a zvolenia vhodnej formy pre vybranú cieľovú skupinu)	10	2	workshopy	1000	2000	2400
<b>Kampaň 1 - Podnikateľská misia</b>							
8.	Definovanie kľúčových slov pre kampaň	3	1	plán	70	70	84
9.	Vytvorenie a nastavenie kampaní pre Google, Facebook, Unkedin, Lead Nurturing, Lead Form webstránka	3	49	vytvorenie kampaní	70	3430	4116
10.	Manažment PPC kampane Google	až po dosiahnutie cieľov	15	kampaní	70	1050	1260
11.	Kredit pre PPC kampaň Google	až po dosiahnutie cieľov	15	kredit	70	1050	1260
12.	Manažment PPC kampane Facebook	až po dosiahnutie cieľov	15	kampaní	204	3060	3672
13.	Kredit pre Facebook kampaň	až po dosiahnutie cieľov	15	kredit	204	3060	3672
14.	Manažment PPC kampane LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	15	kampaní	163	2445	2934
15.	Kredit pre PPC kampaň LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	15	kredit	163	2445	2934
16.	Manažment Lead Nurturing	2	2	kampane	326	652	782,4
17.	Manažment Lead Form	2	2	kampane	326	652	782,4
18.	Kreatívne práca - tvorba formátov a podobne	3	49	kampaní	47	2303	2763,6
19.	Programovanie homepage a landing page na zobrazovanie relevantného obsahu v závislosti od expozície návštevníka na kampaň	3	15	kampaní	152	2280	2736
20.	Reporting	1	7,5	hodín	54	405	486
<b>Kampaň 2 - Veľtrhy a výstavy 1</b>							
21.	Definovanie kľúčových slov pre kampaň	3	1	plán	70	70	84
22.	Vytvorenie a nastavenie kampaní pre Google, Facebook, LinkedIn, Lead Nurturing, Lead Form webstránka	3	52	vytvorenie kampaní	70	3640	4368
23.	Manažment PPC kampane Google	až po dosiahnutie cieľov	16	kampaní	70	1120	1344
24.	Kredit pre PPC kampaň Google	až po dosiahnutie cieľov	16	kredit	70	1120	1344
25.	Manažment PPC kampane Facebook	až po dosiahnutie cieľov	16	kampaní	204	3264	3916,8
26.	Kredit pre Facebook kampaň	až po dosiahnutie cieľov	16	kredit	204	3264	3916,8
27.	Manažment PPC kampane LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	16	kampaní	163	2608	3129,6
28.	Kredit pre PPC kampaň LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	16	kredit	163	2608	3129,6
29.	Manažment Lead Nurturing	2	2	kampane	326	652	782,4
30.	Manažment Lead Form	2	2	kampane	326	652	782,4
31.	Kreatívne práca - tvorba formátov a podobne	3	52	kampaní	47	2444	2932,8
32.	Programovanie homepage a landing page na zobrazovanie relevantného obsahu v závislosti od expozície návštevníka na kampaň	3	16	kampaní	152	2432	2918,4
33.	Reporting	1	8	hodín	54	432	518,4
<b>Kampaň 3 - Veľtrhy a výstavy 2</b>							
34.	Definovanie kľúčových slov pre kampaň	3	1	plán	70	70	84
35.	Vytvorenie a nastavenie kampaní pre Google, Facebook, LinkedIn, Lead Nurturing, Lead Form webstránka	3	5	vytvorenie kampaní	70	350	420
36.	Manažment PPC kampane Google	až po dosiahnutie cieľov	1	kampaní	70	70	84
37.	Kredit pre PPC kampaň Google	až po dosiahnutie cieľov	1	kredit	70	70	84
38.	Manažment Lead Nurturing	2	2	kampane	326	652	782,4
39.	Manažment Lead Form	2	2	kampane	326	652	782,4
40.	Kreatívne práca - tvorba formátov a podobne	2	5	kampané	47	235	282
41.	Programovanie homepage a landing page na zobrazovanie relevantného obsahu v závislosti od expozície návštevníka na kampaň	2	2	kampane	152	304	364,8
42.	Reporting	1	2	hodiny	54	108	129,6
<b>Kampaň 4 - Kooperačné podujatie 1</b>							
43.	Definovanie kľúčových slov pre kampaň	3	1	plán	70	70	84
44.	Vytvorenie a nastavenie kampaní pre Google, Facebook, LinkedIn, Lead Nurturing, Lead Form webstránka	3	10	vytvorenie kampaní	70	700	840
45.	Manažment PPC kampane Google	až po dosiahnutie cieľov	2	kampaní	70	140	168
46.	Kredit pre PPC kampaň Google	až po dosiahnutie cieľov	2	kredit	70	140	168
47.	Manažment PPC kampane Facebook	až po dosiahnutie cieľov	2	kampaní	204	408	489,6
48.	Kredit pre Facebook kampaň	až po dosiahnutie cieľov	2	kredit	204	408	489,6
49.	Manažment PPC kampane LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	2	kampaní	163	326	391,2
50.	Kredit pre PPC kampaň LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	2	kredit	163	326	391,2
51.	Manažment Lead Nurturing	2	2	kampane	326	652	782,4
52.	Manažment Lead Form	2	2	kampane	326	652	782,4
53.	Kreatívne práca - tvorba formátov a podobne	3	10	kampaní	47	470	564
54.	Programovanie homepage a landing page na zobrazovanie relevantného obsahu v závislosti od expozície návštevníka na kampaň	3	2	kampaní	152	304	364,8
55.	Reporting	1	2	hodiny	54	108	129,6

Kampaň 5 - Kooperačné podujatie 2							
55.	Definovanie kľúčových slov pre kampaň	3	1	olán	70	70	84
56.	Vytvorenie a nastavenie kampaňí pre Google, Facebook, LinkedIn, Lead Nurturing, Lead Form webstránka	3	7	vytvorenie kampaňí	70	490	588
57.	Manažment PPC kampane Google	až po dosiahnutie cieľov	2	kampaňí	70	140	168
58.	Kredit pre PPC kampaň Google	až po dosiahnutie cieľov	2	kredit	70	140	168
59.	Manažment PPC kampane Facebook	až po dosiahnutie cieľov	1	kampaňí	204	204	244,8
60.	Kredit pre Facebook kampaň	až po dosiahnutie cieľov	1	kredit	204	204	244,8
61.	Manažment PPC kampane LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	1	kampaňí	163	163	195,6
62.	Kredit pre PPC kampaň LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	1	kredit	163	163	195,6
63.	Manažment Lead Nurturing	2	2	kampane	326	652	782,4
64.	Manažment Lead Form	2	2	kampane	326	652	782,4
65.	Kreatívne práca - tvorba formátov a podobne	3	7	kampaňí	47	329	394,8
66.	Programovanie homepage a landing page na zobrazovanie relevantného obsahu v závislosti od expozície návštevníka na kampaň	3	2	kampaňí	152	304	364,8
67.	Reportin	1	2	hodiny	54	108	129,6
Kampaň 6 - Exportná akadémia							
68.	Definovanie kľúčových slov pre kampaň	3	1	olán	70	70	84
69.	Vytvorenie a nastavenie kampaňí pre Google, Facebook, LinkedIn, Lead Nurturing, Lead Form webstránka	3	61	vytvorenie kampaňí	70	4270	5124
70.	Manažment PPC kampane Google	až po dosiahnutie cieľov	19	kampaňí	70	1330	1596
71.	Kredit pre PPC kampaň Google	až po dosiahnutie cieľov	19	kredit	70	1330	1596
72.	Manažment PPC kampane Facebook	až po dosiahnutie cieľov	19	kampaňí	204	3876	4651,2
73.	Kredit pre Facebook kampaň	až po dosiahnutie cieľov	19	kredit	204	3876	4651,2
74.	Manažment PPC kampane LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	19	kampaňí	163	3097	3716,4
75.	Kredit pre PPC kampaň LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	19	kredit	163	3097	3716,4
76.	Manažment Lead Nurturing	2	2	kampane	326	652	782,4
77.	Manažment Lead Form	2	2	kampane	326	652	782,4
78.	Kreatívne práca - tvorba formátov a podobne	3	61	kampaňí	47	2867	3440,4
79.	Programovanie homepage a landing page na zobrazovanie relevantného obsahu v závislosti od expozície návštevníka na kampaň	3	19	kampaňí	152	2888	3465,6
80.	Reportin	1	9,5	hodín	54	513	615,6
Kampaň 7 - Sourcing a Rozvoj dodávateľských reťazcov 1							
81.	Definovanie kľúčových slov pre kampaň	3	1	olán	70	70	84
82.	Vytvorenie a nastavenie kampaňí pre Google, Facebook, LinkedIn, Lead Nurturing, Lead Form webstránka	3	10	vytvorenie kampaňí	70	700	840
83.	Manažment PPC kampane Google	až po dosiahnutie cieľov	2	kampaňí	70	140	168
84.	Kredit pre PPC kampaň Google	až po dosiahnutie cieľov	2	kredit	70	140	168
85.	Manažment PPC kampane Facebook	až po dosiahnutie cieľov	2	kampaňí	204	408	489,6
86.	Kredit pre Facebook kampaň	až po dosiahnutie cieľov	2	kredit	204	408	489,6
87.	Manažment PPC kampane LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	2	kampaňí	163	326	391,2
88.	Kredit pre PPC kampaň LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	2	kredit	163	326	391,2
89.	Manažment Lead Nurturing	2	2	kampane	326	652	782,4
90.	Manažment Lead Form	2	2	kampane	326	652	782,4
91.	Kreatívne práca - tvorba formátov a podobne	3	10	kampaňí	47	470	564
92.	Programovanie homepage a landing page na zobrazovanie relevantného obsahu v závislosti od expozície návštevníka na kampaň	3	2	kampaňí	152	304	364,8
93.	Reportin	1	2	hodín	54	108	129,6
Kampaň 7 - Sourcing a Rozvoj dodávateľských reťazcov 2							
94.	Definovanie kľúčových slov pre kampaň	3	1	olán	70	70	84
95.	Vytvorenie a nastavenie kampaňí pre Google, Facebook, LinkedIn	3	4	vytvorenie kampaňí	70	280	336
96.	Manažment PPC kampane Google	až po dosiahnutie cieľov	2	kampaňí	70	140	168
97.	Kredit pre PPC kampaň Google	až po dosiahnutie cieľov	2	kredit	70	140	168
98.	Manažment PPC kampane Facebook	až po dosiahnutie cieľov	1	kampaňí	204	204	244,8
99.	Kredit pre Facebook kampaň	až po dosiahnutie cieľov	1	kredit	204	204	244,8
100.	Manažment PPC kampane LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	1	kampaňí	163	163	195,6
101.	Kredit pre PPC kampaň LinkedIn	až po dosiahnutie cieľov	1	kredit	163	163	195,6
102.	Kreatívne práca - tvorba formátov a podobne	3	2	kampaňí	47	94	112,8
103.	Programovanie homepage a landing page na zobrazovanie relevantného obsahu v závislosti od expozície návštevníka na kampaň	3	2	kampaňí	152	304	364,8
104.	Reportin	1	2	hodín	54	108	129,6
SPOLU						176884	212260,8

24.09.2021

Príloha č.3: Zoznam subdodávateľov

( V ponuke predložiť v tejto časti návrhu Zmluvy – zoznam subdodávateľov )

V....., dňa.....

.....

meno a

funkcia

podpis





## Príloha č. 4 Zmluvy – Zoznam Expertov

### Expert č. 1: Account Manager

*Meno a Priezvisko:* Mgr. Bibiána Tunegová  
*Vzdelanie:* 2007 – 2012, Paneurópska vysoká škola, Fakulta Masmediálnej komunikácie  
*Aktuálna pozícia:* COO

*Prehľad profesijnej praxe:*

2013-2014 – **Kremsa Digital s.r.o.**, Account manager  
I.D.C. Holding a.s. zastrešenie online komunikácie značiek: Horalky, Kávenky, Sedita ;  
KOFT bratislava a.s. zastrešenie online komunikácie značiek Bacardi, Finlandia, Jack Daniels; Intersnack Slovensko, a.s. zastrešenie online komunikácie značky Slovakia chips  
2014- 2016 – **Elite Solutions s.r.o.**, Account manager  
Panta rhei - Vianočná kampaň 2016, O2 - Extra výhody portál, Mobilná aplikácia Moje O2  
Meditrend – portál pre lekárov [www.meditrend.sk](http://www.meditrend.sk) Viamo – sezónne online kampane  
2016 – 2019 – DataConcept, Account manager  
Slovenské liečebné kúpele, a.s. – tvorba web stránky [www.royalpalace.sk](http://www.royalpalace.sk)  
ZAR Invest, a.s. – zastrešenie uvedenia nových značiek na trh: Selaví ([www.selavi.sk](http://www.selavi.sk)), ViaJur ([www.viajur.sk](http://www.viajur.sk))

ZSSK – koordinácia projektu automatizovanej marketingovej komunikácie v prostredí SAP a prepojenie s online kanálmi

Podpis:  
Mgr. Bibiána Tunegová

### Expert č. 2: Špecialista pre marketingovú automatizáciu

*Meno a Priezvisko:* Mgr. Igor Tittel  
*Vzdelanie:* 2011 – 2016, Univerzita Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta Masmediálnej komunikácie  
*Aktuálna pozícia:* Strategy Architect

*Prehľad profesijnej praxe:*

2014- 2016 VISIBILITY s.r.o., PPC manager  
2017-2018 DataConcept s.r.o., Performance specialist  
2018-2019 VIAMEDIA SK, s.r.o.  
2019 – 2021 DataConcept s.r.o., Strategy Architect

HB Reavis – správa a optimalizácia kampaní pre kampane Nivy Tower a Nivy Mall  
Železničná spoločnosť Slovensko, a.s – správa, návrh a optimalizácia kampaní „always on“ a sezónnych kampaní (napr. linka Bratislava- Komárno, ZSSK ID)  
AUTOCONT a.s. – kampaň pre TechSpace – online konferencia, kampaň p ikty

Podpis:  
Mgr. Igor Tittel

**Meno a Priezvisko:** Mário Balla  
**Vzdelanie:** 2003 - 2008, CSOUE P.G. FRASSATIHO, mechanik el. zariadení  
**Aktuálna pozícia:** Digital Campaign Manager

**Prehľad profesijnej praxe:**

2014- 2018 DIGI SLOVAKIA s.r.o., Backoffice manager  
2019- 2019 VIAMEDIA SK, s.r.o., Online marketing specialist  
2019- 2020 DataConcept, s.r.o., Online marketing specialist  
2020 Finančná správa, Social media manager  
2021 – Dataconcept s.r.o., Online marketing specialist

HB Reavis – správa a optimalizácia kampaní pre kampane Nivy Tower a Nivy Mall  
Železničná spoločnosť Slovensko, a.s – správa, návrh a optimalizácia kampaní „always on“  
a sezónnych kampaní (napr. linka Bratislava- Komárno, ZSSK ID)  
AUTOCONT a.s. – kampaň pre TechSpace – online konferencia, kampaň pre Cisco produkty

Podpis:  
Mário Balla

**Expert č. 3: Konzultant zákazníckej skúsenosti**

**Meno a Priezvisko:** Mgr. Zuzana Čepcová  
**Vzdelanie:** 2012 – 2018, Univerzita Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta  
Masmediálnej komunikácie  
**Aktuálna pozícia:** Customer Experience Consultant

**Prehľad profesijnej praxe:**

2016- 2021 DataConcept, s.r.o.

SPP – Návrh riadenia digitálnej komunikácie na základe správania sa zákazníka  
HB Reavis – optimalizácia digitálnej komunikácie pomocou lead score modelu  
Raiffeisen banka – ovplyvňovanie zákazníka v digitálnom prostredí na základe jeho správania  
Železničná spoločnosť Slovensko, a.s. – nastavenie a návrh riadenia digitálnej komunikácie

Podpis:  
Mgr. Zuzana Čepcová

**Expert č. 4: Copywriter**

**Meno a Priezvisko:** Nicole Krištofičová  
**Vzdelanie:** 2013- 2016, Ekonomická univerzita v Bratislave, Marketingový  
a obchodný manažment  
2016- 2018, Ekonomická univerzita v Bratislave, Marketingový  
a obchodný manažment

**Aktuálna pozícia:** Social media manager

Prehľad profesijnej praxe:

2021 – Dataconcept s.r.o., Social media manager

2018 -Allexis s. r. o. - Marketing Coordinator

2017 - Allexis s.r.o.Sales & Marketing Assistant

2017 - NANA fashion gallery Poradenstvo v oblasti online marketingu

2011 - 2017, Fresh & Cool System s.r.o.,Sales & Marketing Assistant

2017 - GaRT s.r.o., Stážista v oblasti online marketingu

2016 - OTP Banka Slovensko, a.s., Pracovník Back Office

JP Auto – tvorba reklamných textov na web a sociálne siete, správa sociálnych sietí

DNA ERA - tvorba reklamných textov na web a sociálne siete, správa sociálnych sietí

Raiffeisen bank - tvorba reklamných textov na web a sociálne siete, správa sociálnych sietí

Podpis:

Mgr. Nicole Krištofičová

Čestne prehlasujem, že uvedené informácie sú pravdivé.

V Bratislave dňa 22.09.2021

---

Mgr. Branislav Ko.

