

**RÁMCOVÁ ZMLUVA
O POSKYTOVANÍ KONZULTAČNÝCH SLUŽIEB
K NASTAVENIU A SPRÁVE ONLINE MARKETINGOVÝCH KAMPANÍ**

uzavretá podľa ust. § 269 ods. 2 a nasl. Obchodného zákonníka
medzi týmito zmluvnými stranami:

objednávateľ: **Bratislavská organizácia cestovného ruchu**
sídlo: Primaciálne nám. 1, 814 99 Bratislava 1
IČO: 42 259 088
DIČ: 2023399455
IČ DPH: SK 2023399455
registrácia: Ministerstvo dopravy a výstavby SR
č. registrácie: 28351/2011/SCR a 16789/2012/SCR
zastúpená: Ing. Vladimír Grežo, predseda predstavenstva a
Mag. Martin Volek, MBA, PhD., podpredsa predstavenstva
(ďalej len „objednávateľ“) na jednej strane

a

poskytovateľ: **Ing. Rastislav Talárovič**
sídlo: Súľovská 5805/3, 040 11 Košice – Západ, Slovensko
IČO: 52 693 155
IČ DPH: nie je platca DPH
bankové spojenie: Československá obchodná banka, a.s.,
IBAN: SK55 7500 0000 0040 1940 2606
(ďalej len „poskytovateľ“) na druhej strane

Preambula

Objednávateľ je právnickou osobou založenou podľa ust. § 13 a nasl. zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov na podporu a vytváranie podmienok na rozvoj cestovného ruchu s cieľom vybudovať z Bratislavy významnú a medzinárodne renomovanú destináciu cestovného ruchu.

Objednávateľ má záujem o konzultačné a poradenské služby pre oblasť nastavenia, správy a reportingu online marketingových kampaní na BTB profiloch sociálnych sietí (Facebook, LinkedIn, Twitter + Google Ads).

Poskytovateľ bol v procese verejného obstarávania identifikovaný z pomedzi 4 ponúk ako úspešný uchádzač s najnižšou cenovou ponukou, názov zákazky: Konzultačné služby k nastaveniu a správe online marketingových kampaní.

Predmet tejto zmluvy sa realizuje s finančnou podporou Ministerstva dopravy a výstavby SR.




Článok I Predmet zmluvy

1. Predmetom tejto zmluvy je poskytnutie **konzultačných a poradenských služieb pre oblasť nastavenia, správy a reportingu online marketingových kampaní na BTB profiloch sociálnych sietí** (Facebook, LinkedIn, Twitter + Google Ads) (ďalej len ako „Služby“) počas trvania tejto zmluvy (12 mesiacov) v objeme najviac
 - **10 hodín mesačne** pre oblasť LEISURE a
 - **10 hodín mesačne** pre oblasť MICE.Špecifikácia Služieb a kampaní je obsahom prílohy č. 1 k tejto zmluve.
2. Poskytovateľ je povinný Služby poskytnúť vo vyššie uvedenom rozsahu **na základe osobitných objednávok** doručených poskytovateľovi počas trvania tejto zmluvy.
3. Objednávateľ **nie je povinný od poskytovateľa objednať všetky služby** uvedené v bode 1. tohto článku zmluvy v uvedenom rozsahu. Objednávateľ je povinný uhradiť Poskytovateľovi **odmenu za Služby podľa skutočne poskytnutého objemu Služieb**.
4. Kontaktnou osobou oprávnenou v mene objednávateľa špecifikovať konkrétne požiadavky objednávateľa a prevziať Služby sú, ak objednávateľ neoznámi Poskytovateľovi iné,
 - v oblasti LEISURE – Ing. Michal Foltýn – Oddelenie komunikácie, PR a médií
 - v oblasti MICE - Ing. Bohdana Jelemenská. Oddelenie MICE, kongresového a incentívneho cestovného ruchu

Článok II Čas a miesto plnenia

1. Táto zmluva sa uzatvára na dobu určitú, a to na **12 mesiacov** od jej účinnosti.
2. Túto zmluvu je možné ukončiť i skôr:
 - a) dohodou zmluvných strán,
 - b) výpoveďou s výpovednou dobou 2 mesiacov,
 - c) odstúpením od zmluvy; ak niektorá zo zmluvných strán podstatne poruší túto zmluvu alebo ak to vyplýva zo zákona, môže druhá zmluvná strana od tejto zmluvy odstúpiť. V prípade nepodstatného porušenia povinnosti niektorou zmluvnou stranou, je druhá zmluvná strana oprávnená odstúpiť, ak strana porušujúca zmluvu nevykoná nápravu ani v dodatočnej primeranej lehote, ktorú jej na to druhá zmluvná strana poskytne. Odstúpením od zmluvy zmluva zaniká okamihom doručenia písomného odstúpenia druhej zmluvnej strane.
3. Poskytovateľ bude služby podľa tejto zmluvy dodávať do Bratislavy. Poskytovateľ poskytuje služby telefonicky, mailom alebo osobne v prevádzke objednávateľa na Šafárikovom nám. v Bratislave.



Článok III

Práva a povinnosti poskytovateľa

1. Poskytovateľ je pri plnení predmetu tejto zmluvy povinný:
 - a) postupovať s náležitou odbornou starostlivosťou, v súlade so záujmami objednávateľa, ktoré poskytovateľ pozná alebo musí poznať,
 - b) oznamovať objednávateľovi informácie týkajúce sa poskytovaných Služieb, ktoré sú dôležité pre jeho rozhodovanie,
 - c) vystupovať tak, aby neohrozil dobré meno a povesť objednávateľa a regiónu Bratislava a Slovenskej republiky,
 - d) upozorniť objednávateľa na možné ťažkosti pri plnení zmluvných povinností a vynaložiť všetko úsilie na ich odstránenie,
 - e) dodržiavať pokyny objednávateľa, všeobecne záväzné právne predpisy a zásady poctivého obchodného styku.
2. Poskytovateľ má právo požadovať od objednávateľa súčinnosť potrebnú na splnenie svojich záväzkov, pričom objednávateľ sa zaväzuje potrebnú súčinnosť poskytnúť bez zbytočného odkladu.
3. Poskytovateľ zodpovedá za to, že počas celého priebehu plnenia predmetu zmluvy bude dodržiavaný medzinárodný kódex propagačnej etiky, ďalej za to, že akákoľvek propagácia bude prispôbená zákonom krajiny, kde je vykonávaná.
4. Poskytovateľ je povinný pri plnení svojich povinností zistiť a definovať prekážky, ktoré by priamo alebo nepriamo mohli negatívne ovplyvniť účel tejto zmluvy a oboznámiť o nich bez zbytočného odkladu objednávateľa. Poskytovateľ nezodpovedá za nedostatky v poskytnutých Službách, pokiaľ boli spôsobené nerešpektovaním jeho odporúčaní objednávateľom.
5. Poskytovateľ má právo na riadne a včasné zaplatenie odmeny dohodnutej v tejto zmluve.
6. V prípade, aj sa poskytovateľ dostane do omeškania s plnením tejto zmluvy, je povinný zaplatiť objednávateľovi zmluvnú pokutu vo výške 0,5% za každý deň omeškania, a to zo sumy, ktorá zodpovedá hodnote poskytovaných služieb, s plnením ktorých je v omeškaní, tým nie je dotknuté právo objednávateľa na náhradu škody.

Článok IV

Práva a povinnosti objednávateľa

1. Objednávateľ má právo na včasné a riadne poskytnutie Služieb za podmienok uvedených v tejto zmluve.
2. Objednávateľ je povinný včas poskytnúť poskytovateľovi pokyny, písomnosti, informácie a iné podklady potrebné pre poskytnutie Služieb podľa tejto zmluvy a poskytnúť inú potrebnú súčinnosť podľa požiadaviek poskytovateľa, ak je vzhľadom na svoju povahu obvyklá a potrebná pre riadne splnenie predmetu zmluvy.



3. Objednávateľ je povinný riadne a včas zaplatiť za Služby dohodnutú odmenu poskytovateľ'a.

Článok V Odmena a jej splatnosť

1. Zmluvné strany sa dohodli, že za poskytnuté služby na základe tejto zmluvy prináleží poskytovateľ'ovi odmena v sume **39,- EUR**/hodina poskytovaných Služieb. Cena je konečná a zahŕňa všetky i dodatočné náklady poskytovateľ'a vynaložené za účelom plnenia tejto zmluvy.
2. Objem finančného plnenia na plnenie tejto zmluvy určený objednávateľ'om je **9.360 EUR**. Uvedený objem nie je objednávateľ' povinný vyčerpať. Uvedený objem nesmie byť prečerpaný.
3. Odmena objednávateľ'a je v tejto zmluve uvedená bez DPH, poskytovateľ' nie je platcom DPH. V prípade, ak sa v poskytovateľ' stane v priebehu trvania zmluvy platcom DPH, nie je oprávnený výšku odmeny navyšovať o DPH.
4. Odmena poskytovateľ'a je splatná mesačne po dodaní plnenia, resp. po poskytnutí Služieb a ich prevzatí objednávateľ'om.
5. Objednávateľ' je povinný uhradiť poskytovateľ'ovi odmenu bezhotovostným prevodom na účet poskytovateľ'a uvedený v záhlaví tejto zmluvy na základe faktúry poskytovateľ'a. Lehota splatnosti faktúry je do 30 dní odo dňa jej doručenia objednávateľ'ovi.
6. Faktúra na zaplatenie ceny diela musí spĺňať všetky náležitosti daňového a účtovného dokladu v zmysle všeobecne záväzných právnych predpisov, najmä zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov. V prípade, ak faktúra nespĺňa uvedené náležitosti, objednávateľ' je oprávnený vrátiť faktúru poskytovateľ'ovi na prepracovanie; lehota splatnosti faktúry v takomto prípade plynie až odo dňa doručenia opravenej faktúry objednávateľ'ovi.
7. Prílohou faktúry musí byť výkaz dodaných Služieb/konzultácií potvrdený zodpovedným zamestnancom objednávateľ'a v členení podľa oblasti LEISURE a MICE.
8. Poskytovateľ' zároveň berie na vedomie, že nemá nárok na zvýšenie odmeny v prípade, ak bude poskytovanie služieb trvať viac ako dohodnutý časový rozsah.

Článok VI Záverečné ustanovenia

1. Zmeny a doplnky k tejto zmluve sú platné a účinné len vtedy, ak sú urobené vo forme písomného dodatku podpísaného oboma stranami.



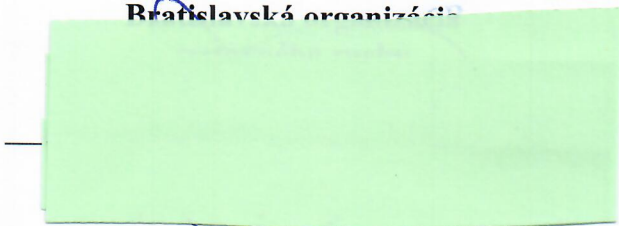
2. Zmluvné strany berú na vedomie, že v zmysle ust. § 5 zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám v znení neskorších predpisov, je táto zmluva povinne zverejňovanou zmluvou. Táto zmluva nadobúda platnosť dňom jej podpísania obidvoma zmluvnými stranami a účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej zverejnenia.
3. Poskytovateľ a objednávateľ sa zaväzujú bezodkladne sa navzájom písomne informovať o zmenách, týkajúcich sa ich údajov a postavenia, ktoré sú uvedené v označení zmluvných strán v tejto zmluve (najmä bankové spojenie, sídlo atď.).
4. Zmluva je vyhotovená v dvoch exemplároch, z ktorých každá zmluvná strana dostane po jednom vyhotovení.
5. Zmluvné strany vyhlasujú, že osoby, ktoré podpísali túto zmluvu, sú oprávnené takto konať za zmluvnú stranu a zaväzovať ju a že tento úkon urobili slobodne a vážne.
6. Súčasťou tejto zmluvy je príloha č. 1 – špecifikácia Služieb a marketingových kampaní

V Bratislave dňa 14.7.2020

V KE dňa 8.7.2020

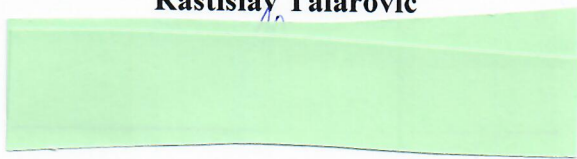
Objednávateľ:

Bratislavská organizácia



Poskytovateľ:

Rastislav Talárovič





Príloha č. 1

Špecifikácia predmetu zákazky

Predmet zákazky: Konzultačné služby k nastaveniu a správe online marketingových kampaní

Oddelenie: MICE, PR

Zodpovedný pracovník: Nina Erneker, Michal Foltýn

1. Identifikácia verejného obstarávateľa: Bratislava Tourist Board, Primaciálne nám. 1, BA

2. Predmet zákazky: Konzultačné služby k nastaveniu a správe online marketingových kampaní

3. Opis predmetu zákazky: (Popis, rozsah, resp. rozpis predmetu zákazky)

Konzultácie pre oblasť **nastavenia, správy a reportingu online marketingových kampaní na BTB profiloch sociálnych sietí** (Facebook, LinkedIn, Twitter + Google Ads)

Vychádzajúc zo strategických dokumentov, ktoré má obstarávateľ k dispozícii (Marketingová a komunikačná stratégia destinácie Bratislava pre roky 2018-2022

(https://www.visitbratislava.com/wp-content/uploads/2018/04/BTB_Marketingova-a-komunikacna-strategia-destinacie-Bratislava-2018-2022.pdf) , **Bratislava MICE Strategy 2018-2020**) a v zmysle plánov komunikácie (Komunikačný plán pre Leisure, Odporúčania komunikácie pre Linked In, Social Media strategy pre MICE 2019).

Zvyšné strategické dokumenty budú k dispozícii úspešnému uchádzačovi.

Úspešný uchádzač bude povinný naštudovať všetky strategické dokumenty pre zabezpečenie plnej kompatibility s procesmi obstarávateľa.

Bratislava Tourist Board (BTB) hľadá dodávateľa, ktorý zabezpečí nasledovný kompletný balík služieb:

V zmysle uvedených strategických dokumentov má BTB zadefinované cieľové skupiny a im relevantné formy komunikácie. V zmysle najnovších trendov a efektívneho využitia zdrojov smeruje ťažisko komunikácie do online prostredia. Online marketing je momentálne jedným z najrýchlejšie sa meniacich sa prostredí pre reklamu a aj napriek tomu, že BTB zamestnáva skúsených špecialistov na túto oblasť, je potrebné prekonzultovať nastavenia a výstupy z kampaní s certifikovanými odborníkmi.

Z tohto dôvodu má BTB záujem o dodávateľa konzultačných služieb, ktoré pokrývajú nasledovné oblasti:

Leisure:

Zabezpečenie konzultácií pri online kampaniach, v rámci nižšie uvedených okruhov, v rozsahu max **10 hodín mesačne, po dobu 12 mesiacov.**

Rámec kampaní na rok 2020/2021:

- Hlavné kampane (Google Ads, Facebook Ads Manager, Twitter), obsah je už vopred vytvorený:
 - Leto
 - Jeseň
 - Zima
- Celoročné menšie kampane (Facebook Ads Manager a Google Ads):



- Propagácia členov BTB
- Propagácia Bratislava CARD
- Propagácia v rámci spolupráce s influencermi
- Propagácia súťaží
- Propagácia podujatí
- tematické kampane
- ad hoc

Komunikačný plán bude zaslaný úspešnému uchádzačovi

Hlavná komunikačná téma:

- A) Bratislava ako 72 hodinové mesto (Bratislava 72 hour city je nový claim ktorý bude využívaný v komunikácii)
- pri komunikácii na zahraničných trhoch je dôležitý dovetok „blízko a bezpečne“
 - cieľom je predĺženie prenocovaní v Bratislave, segmentácia návštevníkov do mestských častí, celoročné návšteva Bratislavy (posilnenie zimného obdobia)
 - v rámci kampane potrebujeme promovať projekt v rámci ktorého ponúkajú vytypované hotely pri kúpe 2 nocí, jednu zdarma
 - cieľové skupiny sú aktívny ľudia (25-50) ktorí vyhľadávajú citybreakove destinácie
 - cieľové trhy: samostatný obsah na Slovensko a Česko, a samostatný obsah na Rakúsko a Nemecko

Ostatné ciele komunikácie:

1. Zvýšiť znalosť značky (poznateľnosť) Bratislavy vo svete.
2. Na zdrojových trhoch vyvolať záujem navštíviť Bratislavu.
3. Zvýšiť informovanosť tour-operátorov v zahraničí o Bratislave ako atraktívnej destinácii pre ich turistov.
4. V maximálnej miere využiť vybrané historické udalosti a významné športové podujatia na zvýšenie znalosti destinácie.
5. Začať budovať vzťah obyvateľov mesta k mestu.

- B) Promo služieb , produktov a podujatí v Bratislave lokálnym obyvateľom v rámci projektu Turistom vo vlastnom meste
- cieľom je zvýšiť záujem o produkty a služby cestovného ruchu aj priamo obyvateľmi Bratislavy
 - zvýšenie povedomia a atrakciách v jednotlivých mestských častiach
 - cieľové skupiny sú aktívny ľudia (25-50)
 - ciele len Bratislava a okolie

Konzultácie v nasledovných oblastiach:

Google Ads:

- analýza správania užívateľov a definícia publiík
- analýza vyhľadávacích trendov a záujmových skupín
- konzultácia pri príprave, nastavení a vyhodnocovaní kampaní
- priebežná konzultácia počas výkonu kampane
- konzultácia pri tvorbe reklamných textov a ich formátov
- konzultácia o nastavení cenových ponúk a aukčných systémov
- návrh nových možností/trendov



- konzultácie pri plánovaní a vytváraní komunikačnej stratégie cez Google Ads

Google Analytics:

- konzultácia pri nastavení a špecifikácii zbierania dát
- konzultácia pri nastavení sledovania cieľov na webe

Facebook Ads Manager:

- analýza správania užívateľov a definícia publik
- analýza trendov a záujmových skupín
- konzultácia pri tvorbe reklamných textov a ich formátov
- konzultácia pri príprave, nastavení a vyhodnocovaní kampaní
- priebežná konzultácia počas výkonu kampane
- konzultácia o nastavení cenových ponúk a aukčných systémov
- návrh nových možností/trendov
- konzultácie pri plánovaní a vytváraní komunikačnej stratégie cez Facebook Ads Manager

Nutné preukázanie sa certifikátmi od Google za posledné 2 roky:

- Google AdWords
- Google Analytics
- Google Certified Trainee

MICE

V rámci business meetings sa jedná o komunikáciu v B2B prostredí, na rozdiel od leisure, kde ide skôr o B2C formu komunikácie. Cieľovú skupinu (tzv. meeting planners z odvetví Incentíva, Corporate Business Meeting, Association Business Meetings, Events/Exhibitions) oslovuje BTB priebežne cez viacero kanálov, avšak platené kampane, ku ktorým sa viaže potreba konzultačných služieb, budú prebiehať výlučne na sociálnej sieti Linked In.

Ciele kampane

- zvýšenie vnímania a povedomia značky Bratislava (Bratislava Convention Bureau) ako destinácie pre organizáciu eventov a kongresov v profesionálnej branži event plannerov
- čo najlepší zásah cieľovej skupiny a efektivita vynaložených prostriedkov
- Začleniť do komunikácie najnovšie online marketingové komunikačné nástroje v rámci sociálnej siete LinkedIn
- na základe skúseností a best practices definovať a navrhnuť stratégiu pre rok 2021/2022

Možné typy kampaní

1. Brand Awareness kampane

- a. s cieľom neustále pripomínať značku BCB,
- b. dlhodobější rámec (ca počas celého trvania kampane)
- c. možné formáty: posty, videokampane, iné



2. Tematické / edukatívne obsahové príspevky

- a. na báze týždennej frekvencie
- b. cieľom je edukovať o Bratislave ako vhodnej destinácii na organizáciu eventov
- c. rôzne tematické zameranie a ciele (IT, medical, startupy, financial, ...)

Ide teda o zabezpečenie konzultácií pri online kampani na Linked In, v rámci nižšie uvedených okruhov, v rozsahu max **10 hodín mesačne, po dobu 12 mesiacov.**

Rámec kampane na rok 2020/2021:

- 12-mesačná kampaň s frekvenciou sponzorovaného obsahu 1 príspevok týždenne, pričom správu kampane a obsah príspevkov je v réžii verejného obstarávateľa. Obsah je tvorený v spolupráci s iným externým dodávateľom a pokrýva komunikačné piliere uvedené v stratégii (Accessibility, Innovation, Execution). Tvorba obsahu teda nie je predmetom verejného obstarávania.

LinkedIN

- konzultácia k správne nastaveniu na cieľovú skupinu profesionálov kongresového cestovného ruchu z Európy (konkrétne corporate meeting planners, incentívne a eventové agentúry, association meeting planners, venue finders, PCOs, DMCs, AMCs).
- konzultácia pri tvorbe reklamných textov, pri kontrole a prispôbeniu príspevkov podľa osvedčených postupov (gramatika, kľúčové slová, strategické smerovanie..)
- konzultácia k práci s analytikou (nastavenie a overenie implementácie kódov a zberu dát)
- tlmočenie výsledkov z reportingu z analytiky na kvartálnej báze
- návrh nových možností a trendov
- vypracovanie odporúčaní a návrhu na rozsah a stratégiu kampane pre rok 2021/2022 vrátane odporúčaného rozpočtu.

Suma hodín za obe oblasti (leisure a MICE) je max 20 hodín mesačne po dobu 12 mesiacov.

4. Miesto a lehota dodania predmetu zákazky: Bratislava,

5. **Kritéria hodnotenia ponúk:** najnižšia cena za celý predmet zákazky (prosíme o celkovú cenu vrátane presného stanovenia hodinovej sadzby, sumy prosíme uviesť s DPH.)

6. Uchádzač v rámci svojej ponuky predloží:

Uchádzač preukáže relevantnú skúsenosť so správou profilov klientov a kampaňami na sociálnej sieti LinkedIN, Google Ads, Instagram a Facebook formou referencií nie staršími ako posledný kalendárny rok.

Nutné preukázanie sa certifikátmi od Google za posledné 2 roky:

- Google AdWords
- Google Analytics
- Google Certified Trainer

7. Finančné prostriedky z rozpočtu na predmet zákazky: 1.8, 1.11

8. Uvedenie PHZ/ výšku rozpočtu vo výzve: nie



Ponuky predložené v rámci PHZ budú slúžiť na výber úspešného uchádzača v rámci prieskumu trhu podľa § 117 ZVO z dôvodu zníženia administratívnej záťaže u zákaziek s nízkou hodnotou s vyhodnocovacím kritériom najnižšia cena.

9. Navrhovaný typ zmluvy: rámcová zmluva, fakturácia na základe skutočne poskytnutých hodín konzultácií, samostatne za konzultácie pri LEISURE a samostatne za konzultácie pri MICE

10. Dĺžka trvania zmluvného vzťahu: 12 mesiacov od podpisu zmluvy

11. Požiadavky pre následné spracovanie zmluvy: - *tbd*