

## Detalii privind algoritmul de calcul al punctajului

- **1. Punctele pentru factorul de evaluare „Preț” - cu o valoare de 40 de puncte și o pondere de 40% în totalul criteriului de atribuire** - se vor acorda după cum urmează:

- a) Pentru cel mai scăzut dintre preturi se acorda punctajul maxim alocat;  
b) Pentru celelalte preturi ofertate punctajul P(n) se calculeaza proportional, astfel:  $P(n) = (\text{Pret minim ofertat} / \text{Pret } n) \times \text{punctaj maxim alocat}$ , respectiv 40 puncte, unde:  
P preț (n) - punctajul obținut de către oferta admisibilă aflată sub evaluare;  
Preț(minim) - cel mai scăzut dintre prețurile ofertelor admisibile;  
Preț(n) - prețul ofertei admisibile aflată sub evaluare.

Prețurile ofertate sunt ierarhizate în funcție de nivelul acestora, cel mai mic preț obținând cel mai mare punctaj, adică 40 de puncte.

Celelalte prețuri ofertate obțin punctaje prin raportarea la cel mai mic preț.

Punctajul obținut de o ofertă admisibilă are o pondere de 40% în totalul criteriului de atribuire. Prin prețul ofertei se înțelege prețul menționat în cadrul ofertei, în lei, fără TVA.

- 2.1. Factorul de evaluare „*Segmentul de public țintă căruia i se adresează campania de promovare*” referitor la **componenta tehnică**- are o pondere de 20% în totalul criteriului de atribuire, respectiv îi corespunde un maxim de 20 puncte.

Campania se va adresa unui public de calitate, prezent intens în *online*, **format din călători prefiltrați** de pe piețe cheie, care sunt curioși să experimenteze destinația turistică Bihor, cu orașele sale culturale vibrante și satele pitorești, peisajele naturale spectaculoase, activitățile în aer liber, evenimentele culturale, sportive și gastronomice, ce urmează ritmul firesc al anotimpurilor. Ofertanții trebuie să-și bazeze propunerea tehnică în primul rând pe segmente de public care prezintă comportamente de călătorie demonstrate și intenție de călătorie verificabilă, manifestată prin rezervări sau alte comportamente concrete în acest sens.

Exemplele eligibile includ:

- Persoane care au realizat anterior rezervări de călătorii prin agenții de turism, companii aeriene sau tur-operatori.
- Abonați sau clienți verificați ai unor platforme de turism cu tranzacții identificabile legate de călătorii.

În susținerea celor menționate în oferta tehnică, precum și pentru acordarea punctajului la acest factor de evaluare, **ofertanții vor prezenta documente justificative precum :**

- Descrierea sursei de date și a metodei de verificare (de exemplu: MRC - Managementul Relației cu Clienții, OMD – Organizație de Management al Destinației sau certificare de la o terță parte).
- Date cantitative privind acoperirea în fiecare piață – țintă;
- Documentații privind campanii anterioare, derulate cu succes, folosind date comparabile.

***Pentru ca o ofertă să fie admisibilă cel puțin 70 % din numărul total de afișări planificate și din acoperirea de marketing prin e-mail trebuie să provină din acest segment de audiență verificată, respectiv un public cu intenție de călătorie verificată (se va avea în vedere punctul 3.4. al Caietului de sarcini).***

***Punctajul se va acorda numai pentru acele oferte care prezintă/demonstrează un procent mai mare de 70% din numărul total de afișări planificate și din acoperirea de marketing prin e-mail care provin din segmentul de audiență descris la categoria a). punctul 3.4. al Caietului de sarcini.***

Punctajul pentru acest factor de evaluare se va acorda astfel:

1. Pentru un procent între **71% - 80%** din numărul total de afișări planificate și din acoperirea de marketing prin e-mail care provin din **segmentul de audiență descris la categoria a). punctul 3.4. al Caietului de sarcini** se vor acorda **5 puncte**.
2. Pentru un procent între **81% - 90%** din numărul total de afișări planificate și din acoperirea de marketing prin e-mail care provin din **segmentul de audiență descris la categoria a). punctul 3.4. al Caietului de sarcini** se vor acorda **10 puncte**.
3. Pentru un procent între **91% - 99%** din numărul total de afișări planificate și din acoperirea de marketing prin e-mail care provin din **segmentul de audiență descris la categoria a). punctul 3.4. al Caietului de sarcini** se vor acorda **15 puncte**.
4. Pentru un procent de **100%** din numărul total de afișări planificate și din acoperirea de marketing prin e-mail care provin din **segmentul de audiență descris la categoria a). punctul 3.4. al Caietului de sarcini** se vor acorda **20 puncte**.

- 2.2. Factorul de evaluare ***„Experiența profesională a persoanei nominalizate ca Manager de proiect/Coordonator de proiect”*** referitor la **componenta tehnică**- are o pondere de 10% în totalul criteriului de atribuire, respectiv îi corespunde un maxim de 10 puncte.

Se va puncta experiența deținută în poziția de Manager de proiect/Coordonator de proiect pentru campanii de promovare sau similare, concretizată în numărul de proiecte coordonate.

**Algoritm de calcul:**

Pentru acest factor de evaluare punctajul va fi acordat astfel:

- a). Pentru experiența constând în implicarea în 1 proiect nu se acorda punctaj (0 puncte),
- b). pentru experiența constând în implicarea între 2 și 4 proiecte a persoanei propuse se acordă 3 puncte;
- c). pentru experiența constând în implicarea între 5 și 7 proiecte a persoanei propuse se acordă 6 puncte;
- d). pentru experiența constând în implicarea în peste 7 proiecte a persoanei propuse se acordă 10 puncte.

**Se va atașa recomandare sau orice alt document echivalent, emis sau contrasemnat de beneficiar sau de prestatorul principal. Recomandarea/documentul echivalent prezentat trebuie să îndeplinească următoarele condiții:**

1. Să fie emis sau contrasemnat de beneficiar sau de prestatorul principal.
2. Să reiasă numele persoanei nominalizate și rolul deținut.
3. Să reiasă proiectele coordonate de persoana nominalizată, astfel încât să se facă dovada că aceasta a îndeplinit, în cadrul proiectelor menționate, activități de coordonare campanii de promovare ca cele pe care urmează să le îndeplinească în viitorul contract.

***Cerința minimă:***

Va fi declarată conformă și punctată cu 0 puncte orice ofertă în cadrul căreia va fi nominalizată o persoană ca Manager de proiect /Coordonator de proiect - conform solicitărilor din caietul de sarcini, respectiv care a fost implicată într-un singur proiect similar în care a îndeplinit activități

de coordonare și monitorizare campanii de promovare turistică la nivel internațional, care includ

activități de promovare online, activități de marketing, similare sau superioare din punct de vedere al complexității și utilității.

Prin sintagma „**proiect similar**” se înțelege proiecte referitoare la activități de coordonare și monitorizare campanii de promovare turistică la nivel internațional, care includ activități de promovare online, activități de marketing, similare sau superioare din punct de vedere al complexității și utilității.

Va fi declarată neconformă orice ofertă care nu îndeplinește cerința minimă.

- 2.3. Factorul de evaluare „**Experiența profesională a persoanei nominalizate ca Specialist în marketing digital**” referitor la **componenta tehnică**- are o pondere de 10% în totalul criteriului de atribuire, respectiv îi corespunde un maxim de 10 puncte.

Se punctează experiența concretizată în numărul de proiecte în care persoana nominalizată a îndeplinit activități de planificare și implementare de campanii digitale de promovare pentru destinații turistice, sau similare.

#### **Algoritm de calcul:**

Pentru acest factor de evaluare punctajul va fi acordat astfel:

1. Pentru experiența constând în implicarea în 1 proiect nu se acorda punctaj (0 puncte);
2. Pentru experiența constând în implicarea între 2 și 4 proiecte a persoanei propuse se acordă 3 puncte;
3. Pentru experiența constând în implicarea între 5 și 7 proiecte a persoanei propuse se acordă 6 puncte;
4. Pentru experiența constând în implicarea în peste 7 proiecte a persoanei propuse se acordă punctajul maxim de 10 puncte.

**Se va atașa recomandare sau orice alt document echivalent, emis sau contrasemnat de beneficiar sau de prestatorul principal. Recomandarea/documentul echivalent prezentat trebuie să îndeplinească următoarele condiții:**

1. Să fie emis sau contrasemnat de beneficiar sau de prestatorul principal.
2. Să reiasă numele persoanei nominalizate și rolul deținut.
3. Să reiasă proiectele în care persoana nominalizată a fost implicată, astfel încât să se dovedească faptul că aceasta a îndeplinit, în cadrul proiectelor menționate, activități de planificare și implementare campanii digitale de promovare pentru destinații turistice, precum cele pe care urmează să le desfășoare în viitorul contract.

#### **Cerința minimă:**

Va fi declarată conformă și punctată cu 0 puncte orice ofertă în cadrul căreia va fi nominalizată o persoană ca Specialist în marketing digital - conform solicitărilor din caietul de sarcini, respectiv care a fost implicată într-un singur proiect similar în care a îndeplinit activități de planificare și implementare de campanii de marketing digital pentru destinații turistice, care includ activități de promovare similare sau superioare din punct de vedere al complexității și utilității.

Prin sintagma „**proiect similar**” se înțelege proiecte referitoare la activități de planificare și implementare de campanii de marketing digital pentru destinații turistice la nivel internațional, care includ activități de marketing, similare sau superioare din punct de vedere al complexității și utilității

Va fi declarată ca fiind neconformă orice ofertă care nu îndeplinește cerința minimă.

- 2.4. Factorul de evaluare „*Experiența profesională a persoanei nominalizate ca Designer*” referitor la **componenta tehnică**- are o pondere de 5% în totalul criteriului de atribuire, respectiv îi corespunde un maxim de 5 puncte.

Se punctează experiența concretizată în numărul de proiecte în care persoana nominalizată a îndeplinit activități de creare a machetelor grafice pentru mediul online sau similare.

**Algoritm de calcul:**

Pentru acest factor de evaluare punctajul va fi acordat astfel:

1. Pentru experiența constând în implicarea în 1 proiect nu se acordă punctaj (0 puncte);
2. Pentru experiența constând în implicarea între 2 și 4 proiecte a persoanei propuse se acordă 2 puncte;
3. Pentru experiența constând în implicarea între 5 și 7 proiecte a persoanei propuse se acordă 4 puncte;
4. Pentru experiența constând în implicarea în peste 7 proiecte a persoanei propuse se acordă punctajul maxim de 5 puncte.

**Se va atașa recomandare sau orice alt document echivalent, emis sau contrasemnat de beneficiar sau de prestatorul principal. Recomandarea/documentul echivalent prezentat trebuie să îndeplinească următoarele condiții:**

1. Să fie emis sau contrasemnat de beneficiar sau de prestatorul principal.
2. Să reiasă numele persoanei nominalizate și rolul deținut.
3. Să reiasă proiectele în care persoana nominalizată a fost implicată, astfel încât să se dovedească faptul că aceasta a desfășurat, în cadrul proiectelor menționate, activități de creație și design pentru medii digitale online.

**Cerință minimă:**

Va fi declarată conformă și punctată cu 0 puncte orice ofertă în cadrul căreia va fi nominalizată o persoană ca Designer – conform solicitărilor din caietul de sarcini, respectiv care a fost implicată într-un singur proiect similar în care a îndeplinit același tip de activități ca cele pe care urmează să le îndeplinească în prezentul contract, activități de creație și design pentru materiale de promovare turistică online, similare din punct de vedere al complexității și utilității.

Prin sintagma „**proiect similar**” se înțelege proiecte referitoare activități de creare a machetelor grafice pentru mediul online, pentru destinații turistice la nivel internațional, care includ activități de marketing, similare sau superioare din punct de vedere al complexității și utilității.

Va fi declarată ca fiind neconformă orice ofertă care nu îndeplinește cerința minimă.

- 2.5. Factorul de evaluare „*Experiența profesională a persoanei nominalizate drept Copywriter*” referitor la **componenta tehnică**- are o pondere de 5% în totalul criteriului de atribuire, respectiv îi corespunde un maxim de 5 puncte.

Se punctează experiența concretizată în numărul de proiecte în care persoana nominalizată a îndeplinit activități de creare conținut pentru medii digitale online sau similare.

**Algoritm de calcul:**

Pentru acest factor de evaluare punctajul va fi acordat astfel:

1. Pentru experiența constând în implicarea în 1 proiect nu se acordă punctaj (0 puncte);
2. Pentru experiența constând în implicarea între 2 și 4 proiecte a persoanei propuse se acordă 2 puncte;
3. Pentru experiența constând în implicarea între 5 și 7 proiecte a persoanei propuse se acordă 4 puncte;

4. Pentru experiența constând în implicarea în peste 7 proiecte a persoanei propuse se acordă punctajul maxim de 5 puncte.

**Se va atașa recomandare sau orice alt document echivalent, emis sau contrasemnat de beneficiar sau de prestatorul principal. Recomandarea/documentul echivalent prezentat trebuie să îndeplinească următoarele condiții:**

1. Să fie emis sau contrasemnat de beneficiar sau de prestatorul principal.
2. Să reiasă numele persoanei nominalizate și rolul deținut.
3. Să reiasă proiectele în care persoana nominalizată a fost implicată, astfel încât să se dovedească faptul că aceasta a desfășurat, în cadrul proiectelor menționate, activități de creare conținut pentru medii digitale online.

**Cerința minimă:**

Va fi declarată conformă și punctată cu 0 puncte orice ofertă în cadrul căreia va fi nominalizată o persoană cu rol de Copywriter-conform solicitărilor din caietul de sarcini, respectiv care a fost implicată într-un singur proiect similar în care a îndeplinit activități de creare conținut pentru medii digitale online, în cadrul campaniilor de promovare pentru destinații turistice, care includ activități de promovare similare sau superioare din punct de vedere al complexității și utilității. Prin sintagma „**proiect similar**” se înțelege proiecte referitoare la activități de creare de conținut pentru campanii de promovare în mediul online pentru destinații turistice la nivel internațional, care includ activități de marketing, similare sau superioare din punct de vedere al complexității și utilității.

Va fi declarată neconformă orice ofertă care nu îndeplinește cerința minimă.

- 2.6. Factorul de evaluare „**Demonstrarea unei abordări și a unei metodologii adecvate pentru activitățile și obținerea rezultatelor în cadrul contractului**” referitor la **componenta tehnică** - are o pondere de 10% în totalul criteriului de atribuire, respectiv îi corespunde un maxim de 10 puncte.

Pentru factorul de evaluare „Demonstrarea unei abordări și a unei metodologii adecvate pentru activitățile și obținerea rezultatelor în cadrul contractului”, au fost stabiliți un număr de **patru subfactori**, care vor fi folosiți de comisia de evaluare ca puncte de referință/reper în evaluarea acestui factor.

**Algoritm de calcul:**

1. Factorul de evaluare va fi evaluat în funcție de calificativul „**foarte bine/bine/acceptabil**”.
2. Fiecărui calificativ îi corespunde un punctaj. Punctajul pentru calificativul „**foarte bine**” este **10**, punctajul pentru calificativul „**bine**” este **5**, iar punctajul pentru calificativul „**acceptabil**” este **1**.

Subfactorii de evaluare se vor puncta după cum urmează:

Subfactor	Titlu	Evaluare	Scor	Justificarea evaluării
1	Abordarea propusă pentru punerea în aplicare a contractelor	Foarte bine	10	Ofertantul demonstrează o înțelegere excelentă a relației dintre obiectivele solicitate și rezultatele așteptate, conform Caietului de sarcini. Sunt prezentate o abordare și o metodologie detaliate, bazate pe metode și instrumente recunoscute și testate, adaptate specificului contractului, cu soluții inovatoare și eficiente pentru aspectele -

				cheie, precum și metode clare de îmbunătățire a rezultatelor, bazate pe cunoștințe recente.
	Abordarea propusă pentru punerea în aplicare a contractelor	Bine	5	Ofertantul demonstrează o înțelegere adecvată a contextului și complexității serviciilor și a riscurilor aferente, bazându-se parțial pe metode/instrumente recunoscute și propune o structurare rezonabilă a activităților, dar fără strategii clare de îmbunătățire sau utilizarea unor tehnici moderne.
	Abordarea propusă pentru punerea în aplicare a contractelor	acceptabil	1	Ofertantul prezintă o înțelegere limitată, fără metodologii recunoscute sau planificare adecvată pentru obținerea rezultatelor.
2	Caracterul adecvat al planului de lucru propus - durată, logică și secvența cronologică a activităților	Foarte bine	10	Toate activitățile cheie sunt incluse și împărțite în subactivități, cu planul poate fi utilizat ca instrument de monitorizare. Secvența logică și temporală este bine corelată cu metodologia, termenele sunt adaptate complexității, resursele sunt optimizate, există flexibilitate și explicații detaliate.
	Caracterul adecvat al planului de lucru propus - durată, logică și secvența cronologică a activităților	Bine	5	Activitățile principale sunt listate și structurate logic, cu abateri minore, termenele sunt, în general adecvate.
	Caracterul adecvat al planului de lucru propus - durată, logică și secvența cronologică a activităților	Acceptabil	1	Activitățile sunt listate fără detalieri în subactivități sau fără corelare cu implementarea practică.
3	Descrierea metodologiei de promovare pentru obținerea rezultatelor preconizate, inclusiv a indicatorilor de performanță (KPI)	Foarte bine	10	Metodologie detaliată, clar structurată și specifică contractului, cu activități și rezultate corelate cu obiectivele și indicatorii de performanță (KPI).
	Descrierea metodologiei de promovare pentru obținerea rezultatelor preconizate, inclusiv a indicatorilor de performanță (KPI)	Bine	5	Metodologie coerentă cu un nivel moderat de detalieri
	Descrierea metodologiei de promovare pentru obținerea rezultatelor preconizate, inclusiv a indicatorilor de performanță (KPI)	Acceptabil	1	Metodologie generală fără corelare clară cu rezultatele sau indicatorii de performanță (KPI)

4	Descrierea metodologiei de direcționare a publicului care se gândește în mod activ la călătorii	Foarte bine	10	Metodologie clară, personalizată, care corelează activitățile de rezultatele și utilizează tehnici avansate de direcționare (de exemplu, date OTA, Google insights) demonstrând o înțelegere aprofundată a contextului contractului.
	Descrierea metodologiei de direcționare a publicului care se gândește în mod activ la călătorii	Bine	5	Strategia de direcționare este prezentă, dar nu are o corelație detaliată cu intenția de călătorie
	Descrierea metodologiei de direcționare a publicului care se gândește în mod activ la călătorii	Acceptabil	1	Informații generale despre publicul țintă și canale, fără dovezi de segmentare a publicului eficientă sau claritate metodologică.

Fiecare dintre cei subfactori va primi un punctaj conform celor menționate în tabel, iar punctajul total pentru acest factor de evaluare va fi stabilit prin media aritmetică a celor 4 punctaje obținute

#### Modalitatea de desemnare a ofertei câștigătoare

Membrii comisiei de evaluare vor acorda fiecărei oferte, în parte, un punctaj individual.

Punctajul individual rezultă prin însumarea punctajelor parțiale obținute prin aplicarea algoritmului de calcul pentru fiecare factor de evaluare. Prin urmare, punctajul total obținut de o ofertă va fi media punctajelor individuale acordate de către membrii comisiei de evaluare.

Ierarhia ofertelor se va realiza în ordinea descrescătoare a punctajului total, calculat conform formulei:

**P total** = P1 + P7; unde P1 – P7 sunt punctajele acordate pentru cei 7 factori de evaluare.

Oferta cu valoare **P total** = P1 + P7 cea mai mare va fi declarată ca fiind câștigătoare.

Astfel că, va fi declarată câștigătoare oferta care va întruni cel mai mare punctaj rezultat prin aplicarea sistemului de factori de evaluare menționați mai sus, dintre ofertele declarate ca fiind admisibile.

Punctajul maxim pe care îl poate obține o ofertă este de 100 de puncte.

În cazul în care două sau mai multe oferte sunt clasate pe primul loc, cu punctaje egale, departajarea se va face având în vedere punctajul obținut la factorii de evaluare în ordinea descrescătoare a ponderilor acestora. În situația în care egalitatea se menține, autoritatea contractantă are dreptul să solicite noi propuneri financiare, și oferta câștigătoare va fi desemnată cea cu propunerea financiară cea mai mică.