

Obiectul achiziției: Servicii de comunicare strategică și marketing pentru promovarea Produsului de Finanțare „FACEM Investiții BGK” în cadrul Proiectului de Asistență Tehnică, implementat de Solidarity Fund PL în Moldova

Criteriu 1: Experiență în campanii similare, inclusiv de nivel național max.25 puncte			Criteriu 2: Experiență în comunicare strategică integrată max.15 puncte			Criteriu 3: Experiență în elaborarea planurilor de comunicare max.10 puncte			Criteriu 4: Echipa propusă și calificările relevante max.10 puncte			Criteriu 5: Metodologia propusă de companie/echipă max.20 puncte			Criteriu 6: Avantajul ofertei de preț, respectând raportul de calitate/preț max.20 puncte
25 puncte	15 puncte	5 puncte	15 puncte	10 puncte	5 puncte	10 puncte	5 puncte	0 puncte	10 puncte	7 puncte	0 puncte	20 puncte	10 puncte	0 puncte	20 puncte
Experiență în campanii promoționale în sectorul public/privat prezentată în cadrul a 3 campanii documentate.	Experiență în campanii promoționale în sectorul public/privat prezentată în cadrul a 2 campanii documentate.	Experiență în campanii promoționale în sectorul public/privat prezentată în cadrul unei singure campanii documentate.	Ofertantul a prezentat exemple de strategii de comunicare pentru minim 3 campanii realizate anterior.	Ofertantul a prezentat exemple de strategii de comunicare pentru minim 2 campanii realizate anterior.	Ofertantul a prezentat exemple de strategii de comunicare pentru minim 1 campanie realizată anterior.	Prezentarea informației cu privire la elaborarea a minim 3 planuri de comunicare.	Prezentarea informației cu privire la elaborarea a minim 2 planuri de comunicare.	Ofertantul nu a prezentat informație cu privire la experiența anterioară de realizare a planurilor de comunicare.	Echipa propusă de ofertant include specialiști cu experiență vastă și relevantă în domeniul comunicării și promovării de minim 3 ani, cu CV-uri și certificări care atestă competențele necesare (studii și/sau certificări în domeniul comunicării).	Echipa propusă are experiență relevantă de minim 2 ani și studii și certificări în domeniul comunicării.	Echipa propusă are experiență relevantă de 1 an și/sau nu are studii sau certificări în domeniul comunicării.	Metodologia include toate criteriile, după cum urmează: 1) realizarea unui plan de comunicare cu mențiunea canalelor de comunicare și grupurilor țintă 2) termenii estimativi ai executării 3) resurse necesare estimate realist	Metodologia include 2 din 3 criterii, după cum urmează: 1) realizarea unui planul de comunicare cu menționarea canalelor de comunicare și grupurilor țintă 2) termenii estimativi ai executării 3) resurse necesare estimate realist	Metodologia include 1 sau nici unul din criterii, după cum urmează: 1) realizarea unui planul de comunicare cu menționarea canalelor de comunicare și grupurilor țintă 2) termenii estimativi ai executării 3) resurse necesare estimate realist	Avantajul ofertei, respectând raportul de calitate/preț. <i>*Evaluarea conform criteriului „preț” se va baza pe următoarea formulă: $P = P_{min} / P_{ofx}$ 20 puncte, unde: P_{min} - cel mai mic preț propus P_{of} - preț prezentat în oferta examinată P - numărul de puncte acordate ofertei examinate conform criteriului de preț, rotunjit la numărul complet.</i>