

סמינר הקיבוצים המכללה לחינוך לטכנולוגיה ולאמנויות [ע"ר]

מכרז פומבי מס' 04/20

לרכישת שירותי פרסום ומדיה
עבור מכללת סמינר הקיבוצים

2020

1.1 מכללת סמינר הקיבוצים הינה מוסד אקדמי שנוסד בשנת 1939 כיוזמה של התנועות הקיבוציות להקמת סמינר להכשרת גננות ומורים ברוח התפישה הפדגוגית שעוצבה בקיבוצים. המכללה רואה את שליחותה בהכשרת אנשי חינוך וטיפול בעלי גישה הומניסטית ואחריות חברתית סביבתית – היא פועלת לטיפול אקדמי, לביסוס ערכי הדמוקרטיה ולשילוב אמנויות בחינוך. ערכים אלו באים לידי ביטוי בתכנית לימודים רב-תחומית ועשירה.

1.2 ערכי המכללה הם: יושרה, דמוקרטיה, אחריות, תרבות ישראל, איכות, דעת - כולם כאחד מתכנסים לערך העליון של המכללה, שהוא: **הומניזם**. הומניזם משמעו שוויון ערך האדם, כבודו, חירותו והתפתחותו.

1.3 המכללה מציעה לימודים לתואר ראשון, שני והסבת אקדמאים בארבע פקולטות: חינוך, מדעים, מדעי הרוח ואמנויות. כמו כן, למכללה בית ספר ללימודי תעודה בעל כמה מרכזים: למקצועות הטיפול; להורות; להנחיית קבוצות ואימון; ולפיתוח מקצועי. לצורך פעילותה, מעוניינת מכללת סמינר הקיבוצים (להלן גם: **"המכללה"** או **"המזמינה"** או **"ועדת המכרזים"**) להתקשר עם משרד פרסום לצורת רכישת שירותי פרסום ומדיה עבור המכללה.

1.4 השירותים שיידרשו מהזוכה במכרז יכללו, בין היתר:

1.4.1 לימוד צרכי הפרסום והשיווק של המכללה.

1.4.2 ניתוח השווקים הנוכחים והפוטנציאליים של המכללה ושל מתחרים שלה, כולל גופים רלוונטיים בחו"ל.

1.4.3 העמדה לרשות המכללה של מלוא הידע והניסיון שצבר המציע בתחומי הפרסום והמדיה השונים, כולל באמצעות חברות פרסום בינלאומיות איתן המשרד קשור ו/או מייצג בארץ.

1.4.4 הגשה קבועה ושוטפת למפרסם של הצעות הנראות כמועילות למפרסם ואינטרסים המסחריים שלו, מתן יעוץ שוטף בנושאים כגון גיוס לקוחות למכללה, שימור לקוחות קיימים, פיתוח מוצרים, שירות ללקוחות ושיווק תכניות המכללה.

1.4.5 הכנת תכנית פרסום מפורטת, אשר תותאם למכללה (להלן: **"תכנית הפרסום"**).

1.4.6 הכנת תקציב מפורט עפ"י תוכנית הפרסום, הכולל אומדן עלויות והוצאות של כל שירותי הפרסום באופן מפורט ומדויק, לרבות עלויות ערוצי הפרסום וחומרי הפרסום.

1.4.7 הוצאה אל הפועל של תוכנית הפרסום, לאחר שאושרה בכתב בידי המכללה ובמסגרת התקציב שאושר מראש ובכתב על ידי המכללה:

1.4.8 הזמנה עבור המכללה בצינורות / אמצעי המדיה השונים שטח ו/או זמן אויר ו/או אמצעים אחרים שהמכללה תשתמש בהם לפרסום. בתנאים הטובים ביותר שהסוכנות יכולה להשיג – הכל במסגרת התקציב שאושר על ידי המפרסם.

1.4.9 הפקה בפועל, אם באמצעים העומדים לרשות המשרד בבית פנימה, ואם ע"י חברות הפקה ואמצעי המדיה השונים.

1.4.10 העברת דברי פרסום לביצוע לספקים וצינורות ואמצעי הפרסום.

1.4.11 בדיקה ואימות ביצוע הפרסום, בדיקה ופיקוח על טיב ההפקה של המודעות, כרזות, שידורים, סרטי טלוויזיה, פרסומים ברשת האינטרנט. מעקב ואופטימיזציה של ניצול התקציב במהלך הקמפיין.

1.4.12 מתן ביקורת על חשבונות של צינורות ואמצעי הפרסום, ספקים ונותני שירות אחרים לפני הגשתם למפרסם.

1.4.13 העברת חומרים ו"בקבצים פתוחים" לבקשת המכללה.

1.4.14 אספקת דוחות תקופתיים ודוחות מסכמים של הקמפיינים השיווקיים.

1.5 היקפו של תקציב הפרסום של המכללה עמד בשנים האחרונות על כ- 3.5 מיליון ש"ח בממוצע. **יודגש** כי מידע זה מבוסס על נסיון העבר ואין בו כדי להטיל על המכללה כל מחויבות או כדי ליצור אצל המציע כל ציפייה או הסתמכות בת-הגנה לקבלת הזמנות עבודה בהיקף כלשהו.

1.6 ההיקף המלא והמאפיינים המלאים של השירותים שהזוכה במכרז יידרש לספק למכללה מפורטים במפרט השירותים, **נספח (1)** להסכם ההתקשרות (**נספח ג'** למכרז) (להלן: "**השירותים**").

1.7 המכללה מזמינה בזאת מציעים המקיימים את תנאי הסף שמפורטים בהמשך להגיש לה הצעות למתן השירותים.

1.8 המכרז ייערך במתכונת של מכרז דו-שלבי, שבו הצעת המחיר מוגשת במעטפה נפרדת, שתפתח רק לאחר סיום הבדיקה של יתר חלקי ההצעה.

1.9 לא יערך כנס מציעים.

1.10 המכללה אינה מתחייבת לרכוש מהזוכה במכרז את כל השירותים מושא המכרז וההסכם או לרכוש ממנו שירותים בהיקף כלשהו, ואינה מחויבת לכל תכיפות או רציפות ברכישת השירותים. אלו ייקבעו מעת לעת בהתאם לצרכים המשתנים של המכללה, על פי שיקול דעתה המקצועי, ובכפוף לשיקולי תקציב. בהתאם לכך המכללה אף רשאית לבצע את השירותים מושא ההסכם בעצמה או באמצעות כל צד ג' שתבחר על פי שיקול דעתה.

1.11 ההתקשרות עם הזוכה במכרז תהיה למשך שנים עשר חודשים ממועד החתימה על החוזה. למכללה שמורה האופציה, על פי שיקול דעתה המקצועי, להאריך את תקופת ההתקשרות בעד חמש תקופות נוספות, בנות עד שנים עשר חודשים כל אחת. ככל שלא תימסר לספק הודעה על אי-חידוש ההתקשרות, 30 יום לפחות בטרם סיומה, יחשב הדבר כהודעה על מימוש האופציה. בסך הכל, תקופת ההתקשרות, כולל האופציות, לא תעלה על 6 שנים.

1.12 יודגש, כי האמור בסעיף זה הוא לידיעה בלבד, וככל שהוא סותר הוראה במכרז או בחוזה – יגברו האחרונים.

2 לוח הזמנים לעריכת המכרז

2.1 להלן לוח הזמנים לעריכת המכרז:

2.1.1 המועד האחרון להגשת בקשה להבהרות: 18.8.20.

2.1.2 המועד האחרון למתן תשובות לשאלות הבהרה: 25.8.20.

2.1.3 המועד האחרון להגשת ההצעה למכרז: 8.9.20, בשעה 13:00.

2.2 המכללה רשאית לערוך שינויים והתאמות במועדים השונים שנקבעו במכרז או על פיו, ובכלל זה לדחות את המועד האחרון להגשת ההצעות, כל עוד לא חלף מועד זה. הודעה בדבר דחייה כאמור תפורסם באתר האינטרנט של המכללה.

3 הנספחים למכרז:

3.1 הנספחים למכרז, המהווים חלק בלתי נפרד ממנו הם:

3.1.1 נספח א' – טופס ההצעה;

3.1.1.1 נספח א'1 – טופס הצעת המחיר;

3.1.1.2 נספח א'2 – אישור רוי"ח / מנהל חשבונות / יועץ מס בדבר מחזור כספי;

3.1.2 נספח ב' – תצהיר;

3.1.3 נספח ג' – הסכם ההתקשרות עם הזוכה במכרז, על נספחיו (מהווה קובץ נפרד);

3.1.4 נספח ד' – טופס משוב על שביעות רצון לקוחות.

4 אופן ההכרעה במכרז:

4.1 בשלב הראשון תיבחן עמידתם של המציעים בתנאי הסף שיפורטו להלן. הצעה שלא תקיים את כל תנאי הסף תיפסל.

4.2 בשלב השני תנוקדנה ההצעות שעמדו בתנאי הסף (להלן: "ההצעות הכשירות") בהתאם לאמות המידה המפורטות במכרז, שעניינן איכות המציע. משקלן המצטבר של אמות מידה אלה בהכרעה במכרז הינו 70% (70 נק' מתוך 100). הצעה שלא תעמוד בסף ההתאמה האיכותי הקבוע במכרז – תיפסל.

4.3 בשלב השלישי תפתחנה מעטפות הצעות המחיר של המציעים הכשירים, שהצעותיהם עמדו בסף ההתאמה (להלן: "ההצעות הכשירות") ותנוקדנה הצעות המחיר שלהם. ההצעה הכשירה הזולה ביותר תקבל את מלוא הניקוד (30 נק'), בעוד שיתר ההצעות הכשירות תנוקדנה באופן יחסי אליה. זאת, בכפוף לסמכותה של ועדת המכרזים לפסול הצעות הכוללות הצעת מחיר בלתי סבירה, לאחר ששמעה את המציע.

4.4 **בשלב הרביעי** יינתן לכל הצעה כשירה ניקוד משוקלל (ציון איכות + ציון מחיר). ההצעה הכשירה שתקבל את הניקוד המשוקלל הגבוה ביותר תוכרז כזוכה במכרז.

4.5 ועדת המכרזים תהיה רשאית, אך לא חייבת, להכריז על בעל ההצעה השניה בטיבה ככשיר נוסף.

4.6 בכפוף להוראות חוק חובת המכרזים בדבר מתן עדיפות לעסק בשליטת אישה, אם תהיינה מספר הצעות בעלות ציון משוקלל זהה, שהינו הציון הגבוה ביותר, תיבחר ההצעה בעלת ציון האיכות הגבוה יותר כהצעה הזוכה במכרז; ובמקרה שיהיה שוויון גם בציון האיכות של ההצעות האמורות, תיבחר ההצעה שקיבלה את הציון הגבוה יותר בגין אמת המידה של שביעות רצון לקוחות. ככל שעדיין יהיה שוויון בין ההצעות תיבחר ההצעה הזוכה באמצעות הגרלה.

5 תנאי הסף להתמודדות במכרז

5.1 כללי

5.1.1 במכרז רשאים להשתתף רק מציעים העומדים במועד הגשת ההצעה בכל התנאים המפורטים בפרק זה להלן. מציע שאינו עומד בכל התנאים – **יפסל**.

5.1.2 תנאי הסף המתייחסים למציע צריכים להתקיים במציע עצמו. קיום תנאי הסף בתאגיד קשור, באורגן של המציע (לדוגמא, מנכ"ל), בבעל מניות או בכל גורם אחר, לא ייחשב כעמידה בתנאי הסף, אלא אם כן צוין במכרז במפורש אחרת.

5.1.3 מציע אינו רשאי לייחס לעצמו במסגרת הצעתו נתונים של כל גורם אחר (לרבות תאגיד אחר, בעל מניות במציע, נושא משרה במציע, עובד של המציע וכד'), אלא אם הדבר הותר במפורש במסמכי המכרז.

תנאי סף מנהליים:

5.2 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שהמציע הוא תאגיד הרשום בישראל כדין או עוסק מורשה כדין בישראל, שאינו תאגיד רשום.

5.3 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שלמציע יש את כל האישורים הנדרשים לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים, התשל"ו – 1976, ובכלל זה הוא מקיים את חובותיו בעניין שמירה על זכויות עובדים, בעניין העסקת עובדים זרים ובעניין ייצוג הולם לאנשים עם מוגבלות, כמפורט בתצהיר שבנספח ב' למכרז.

5.4 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שההצעה מוגשת ללא כל הסכם, תיאום או קשר, ישיר או עקיף, עם גוף אחר או אדם אחר המגיש הצעה למכרז זה. גופים אשר יש להם קשר עסקי/משפטי/משפחתי (הגם שלכל אחד מהם מספר ח.פ נפרד), היוצר או עלול ליצור ניגוד עניינים או לפגוע בתחרות בין שני הגופים, לרבות הסכמה לגבי שיתוף פעולה או היעדר תחרות, לא יגישו שתי הצעות נפרדות למכרז זה. ועדת המכרזים תפסול הצעות מטעם מציעים שקיים ביניהם קשר של בעל עניין או חברת בת או חברה מסונפת או חברה קשורה, כהגדרתם בחוק ניירות ערך, התשכ"ח – 1968, או שקיימים קשרי משפחה בין בעלי מניות שלהם או נושאי משרה בהם, כמפורט בתצהיר שבנספח ב' למכרז. זאת, אלא אם כן נקבע במכרז במפורש אחרת.

5.5 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו כי המציע אינו יודע על קיומה של מניעה כלשהי, לרבות ניגוד עניינים או מראית עין של ניגוד עניינים, שיש בה כדי להפריע לזכייתו במכרז או לקיום איזו מהתחייבויותיו על פי ההצעה, על-פי המכרז, על-פי ההסכם המצורף או על-פי דין, כמפורט בתצהיר שבנספח ב' למכרז.

5.5.1 מבלי לגרוע מהאמור לעיל, לא יורשה להתמודד במכרז עובד המכללה או קרובו או אישיות משפטית אשר לעובד המכללה או לקרובו יש בהם ענין אישי. "קרוב" לעניין סעיף זה הינו כל אחד מאלה – בן זוג, הורה, בן, אח, נכד, סב, דוד, בן דוד, גיס, אחיין, חם, חותן, חותן, וכן בן/בת זוג של כל אחד מאלה.

5.6 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שהמציע אינו נמצא בהליכי פירוק או פשיטת רגל או כינוס נכסים או שהוא פועל תחת הסדר נושים או שרשומה לגביו הערת עסק חי, כמפורט בתצהיר שבנספח ב' למכרז.

5.7 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שלסמינר הקיבוצים אין ניסיון שלילי עם המציע מכוח התקשרות קודמת ו/או קיימת עימו, במהלך חמש השנים שקדמו למועד הגשת ההצעות למכרז. פסילת הצעה בגין סעיף זה כפופה לזכות טיעון, ונתונה לשיקול דעתה של ועדת המכרזים, בהתחשב בנסיבות כל מקרה.

5.8 אין להגיש הצעה משותפת למספר גופים. ההצעה תוגש על ידי מציע אחד ובשמו בלבד.

תנאי סף מקצועיים:

5.9 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שבמועד הגשת ההצעות למכרז המציע אינו מעניק שירותים ל"מוסד אקדמי מתחרה". קרי, מוסד אקדמי המלמד חינוך או איזה מהמקצועות הבאים: תקשורת, קולנוע, מחול, משחק, בימוי, עיצוב, אמנות, כמפורט בתצהיר שבנספח ב' למכרז.

5.10 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו כי למציע ניסיון של שלוש שנים לפחות בעבודה כמשרד פרסום של מוסד אקדמי המוכר על ידי המועצה להשכלה גבוהה, וזאת החל משנת 2010.

5.11 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שהמציע ניהל בשנת 2019 תקציבי פרסום בהיקף מצטבר של 20 מיליון ₪ (לא כולל מע"מ) לפחות.

5.12 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שלפחות 10 מיליון ₪ (לא כולל מע"מ) מתקציבי הפרסום שניהל המציע בשנת 2019, הופנו לרכישה או להפקה של מדיה דיגיטלית.

5.13 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שבשנת 2019 המציע העניק שירותי פרסום ומדיה עבור:

5.13.1 ארבעה לקוחות לפחות בעלי תקציב פרסום הנע בין 2 מיליון ₪ ל- 4 מיליון ₪.

5.13.2 שלושה לקוחות לפחות בעלי תקציב פרסום הגדול מ-4 מיליון ₪.

5.14 לצורך הוכחת עמידתו בתנאי הסף על המציע לצרף להצעתו את המסמכים הבאים :

5.14.1 תעודת עוסק מורשה על שם המציע ;

5.14.2 אישור בתוקף על ניהול פנקסי חשבונות לפי חוק עסקאות גופים ציבוריים ;

5.14.3 תצהיר בנוסח המצורף **כנספח ב'** למכרז ;

5.14.4 אישור רו"ח / מנהל חשבונות / יועץ מס של המציע בדבר היקף תקציבי הפרסום שהוא ניהל בשנת 2019, בנוסח הקבוע ב**נספח א'2** למכרז ;

5.14.5 מילוי כל הנתונים הנדרשים בטופס ההצעה, **נספח א'** למכרז.

6 ציון האיכות (עד 70 נק')

ציון האיכות של ההצעות יתבסס על הרכיבים הבאים :

א. שביעות רצון לקוחות (עד 30 נק') ;

ב. ניסיון המציע בהענקת שירותים עבור מוסדות אקדמיים (עד 10 נק') ;

ג. פרזנטציה (עד 30 נק').

6.1 שביעות רצון לקוחות (עד 30 נק')

6.1.1 נציגי המכללה יפנו לשלושה לקוחות של המציע, אשר ייבחרו על ידם מבין הלקוחות שפירט המציע בהצעתו, ויציגו להם שאלות כמפורט בשאלון המצורף **כנספח ד' למכרז**.

6.1.2 אופן הניקוד : כל תשובה לשאלה תזכה את המציע בניקוד, בהתאם להערכה שניתנה לו בין 1-5. הציון לשאלון יהיה ממוצע הניקוד שצבר המציע במסגרת השאלון (שאלה שלא נתקבלה תשובה לגביה לא תחושב במסגרת הממוצע), כך שכל שאלון יזכה את המציע בציון כולל של 1-5. הניקוד שיינתן למציע בסעיף זה יהיה ממוצע הנקודות שצבר המציע בשלושת השאלונים כפול 6.

6.1.3 ככל שהמציע סיפק למכללה שירותים דומים או זהים לשירותים מושא מכרז זה, המכללה תהא רשאית (אך לא חייבת) להיחשב כאחד הלקוחות לצורך בחינת האיכות, גם אם היא לא צוינה בהצעה. במקרה זה משקלו של משוב זה במסגרת אמת מידה זו יהיה 50% ומשקלם של שני המשובים האחרים יהיה 25% כל אחד. טופס המשוב ימולא על ידי הגורם במכללה שלו סופקו השירותים ע"י המציע.

6.1.4 ככל שהמכללה לא תצליח ליצור קשר עם מספר מספיק של לקוחות - יוענק למציע עבור כל לקוח חסר, הציון הנמוך ביותר שהעניק לקוח למי מהמציעים (לדוגמא, אם מסיבה כלשהי תצליח המכללה ליצור קשר עם שני לקוחות בלבד של אחד המציעים, הציון שיינתן למציע בגין הלקוח השלישי יהיה הציון הנמוך ביותר שנתן לקוח למי מהמציעים בהליך).

6.1.5 המכללה תנסה ליצור קשר עם לקוח פעמיים לפחות, בהפרשים שלא יפחתו משלוש שעות בין פעם לפעם.

6.1.6 השיחה עם הלקוח תתועד על גבי טופס המשוב, אולם פרטי הלקוחות שאליהם תבוצע הפניה לא ייחשפו בפני המציע או בפני המציעים האחרים במסגרת הליכי העיון במסמכי המכרז וההצעה הזוכה. זאת, על מנת לשמור על אמינות הסקר. התמודדות במכרז מהווה הסכמה של המציע לאמור בסעיף זה.

6.1.7 תנאי לזכייה במכרז הינו שציונו של המציע בגין רכיב זה יהיה 24 נק' לפחות (מתוך 30 נק') (להלן – "סף ההתאמה"). אולם, ככל שלא יעמדו בסף ההתאמה שלושה מציעים לפחות, ירד סף ההתאמה לציון של המציע השלישי בטיבו, ובלבד שציון זה לא יהיה נמוך מ- 21 נק'.

6.1.8 לצורך סעיף זה יפרט המציע בטופס ההצעה שמות ופרטי אנשי קשר של 10 לקוחות, שלהם הוא העניק שירותי פרסום ומדיה. ועדת המכרזים אינה חייבת לפנות דווקא ללקוחות אלה לצורך ניקוד ההצעה.

6.2 ניסיון המציע בהענקת שירותים עבור מוסדות אקדמיים (עד 10 נק')

6.2.1 ככל שהמציע העניק שירותי פרסום למוסדות אקדמיים החל משנת 2010 ואילך, יוענק לו בגין כך ניקוד נוסף לפי המפתח הבא :

6.2.1.1 עבור 2-3 מוסדות אקדמיים – 5 נק' ;

6.2.1.2 עבור מתן שירותים (בעבר או בהווה) למוסד אקדמי בתחום ההוראה או החינוך – 10 נק'.

6.3 פרזנטציה (עד 30 נקודות)

6.3.1 חמשת המציעים הכשירים, שיקבלו את הציון הגבוה ביותר במסגרת אמות המידה הקבועות בסעיפים 6.1 ו-6.2 לעיל, יוזמנו להציג פרזנטציה בפני נציגי המכללה, במועד שתקבע המכללה.

6.3.2 אם עקב זהות בין הציונים יהיו יותר מחמישה מציעים כשירים שציוני האיכות שלהם יהיו הגבוהים ביותר, אף הם יוזמנו לבצע פרזנטציה.

6.3.3 לפרזנטציה חייבים להגיע: (1) שותף מלווה, (2) נציג/מנהל מחלקת אסטרטגיה, (3) מנהל הלקוח שיעבוד מול המכללה, (4) מנהל/נציג מחלקת דיגיטל, (5) מנהל קריאייטיב. הצעתו של מציע שמי מגורמים אלה לא יגיעו לפרזנטציה - **תפסל**.

6.3.4 המציע יציג במסגרת הפרזנטציה את הנושאים הבאים :

6.3.4.1 מאפיינים כלליים של המציע: סקירת פעילותו של המציע בתחום הפרסום; לקוחות עיקריים של המציע; דוגמאות מפרויקטים אחרים בכלל ושרלוונטיים למכרז דנא בפרט; מתודולוגיית העבודה של המציע.

6.3.4.2 ניסיונם ומקצועיותם של המציע ושל חברי הצוות המוצעים - בכלל זה יש להציג פרויקט לדוגמא, ולתאר את השירותים שהעניק מנהל הפרויקט המוצע במסגרת הפרויקט.

6.3.5 הפרזנטציה תזכה את המציע בציון של עד 30 נקודות, בהתאם לאמות המידה הבאות:

6.3.5.1 התרשמות מניתוח שוק ההשכלה הגבוהה - עד 2 נקודות;

6.3.5.2 התרשמות מהבנת צרכי המכללה והאתגרים העומדים בפניה - עד 2 נקודות;

6.3.5.3 התרשמות מהפתרון האסטרטגי שיוצג על ידי המציע - עד 8 נקודות;

6.3.5.4 התרשמות מהתמודדות עם מקרה בוחן מוצלח ומקרה בוחן לא מוצלח. כלומר, הצגת סיפור הצלחה וסיפור כישלון ומה נלמד מהם - עד 2 נקודות;

6.3.5.5 פתרון קריאטיבי והצגת השפה הפרסומית, בהתאם ל"בריף" שיועבר - עד 8 נקודות;

6.3.5.6 התרשמות מרמת המנהלים והצוות המיועד והתאמת המשרד למאפייני המכללה - עד 6 נקודות;

6.3.5.7 אסטרטגיית מדיה מוצעת למכללה - עד 2 נקודות.

6.3.6 הערכת המציע בשלב הפרזנטציה תתבצע על ידי ועדה בת עד 5 מעריכים, שכל אחד מהם יעריך וינקד את המציע באופן עצמאי. הציון של המציע בגין רכיב זה יהיה ממוצע ההערכות (עד 30 נקודות).

6.3.7 הצעתו של מציע שיזכה בפרזנטציה לניקוד נמוך מ- 24 נקודות (מתוך 30) – **תיפסל**.

7. הציון בגין הצעת המחיר (עד 30 נק')

7.3. הציון בגין הצעת המחיר יחושב תוך חלוקה לארבעה רכיבי שירות:

7.3.1. ההנחה המוצעת על שירותי הפקה פנימיים (עד 2 נק');;

7.3.2. העמלה המבוקשת עבור שירותי הפקה חיצוניים (עד 2 נק');;

7.3.3. העמלה המוחזרת בגין רכישת מדיה מסורתית (עד 16 נק');;

7.3.4. העמלה המבוקשת עבור רכישת מדיה דיגיטלית מנוהלת (עד 10 נק').

הציון בגין הצעת המחיר יחושב כדלקמן:

- ההנחה המוצעת על שירותי הפקה פנימיים (עד 2 נק'):

7.4. המציע יציין בטופס הצעת המחיר (נספח א'1 למכרז) את שיעור ההנחה הכולל שהוא מעוניין להעניק על שירותי ההפקה הפנימיים המפורטים בנספח א'1(1) למכרז.

7.5. ההצעה שתיתן את שיעור ההנחה הגבוה ביותר תנוקד ב- 2 נקודות. יתר ההצעות ינוקדו באופן יחסי אליה.

• העמלה המבוקשת עבור שירותי הפקה חיצוניים (עד 2 נק')::

7.6. המציע יציין בטופס הצעת המחיר (נספח א'1 למכרז) את העמלה המבוקשת על ידו עבור רכישה של שירותי הפקה חיצוניים, הכוללים בין היתר, צילום של סרטי פרסומת, הקלטות באולפן, הפקות רדיו, רכישת שקופיות/מוסיקה ממאגרים חיצוניים וכיו"ב.

7.7. ההצעה שתכלול את שיעור העמלה הנמוך ביותר תנוקד ב- 2 נקודות. יתר ההצעות ינוקדו באופן יחסי אליה.

• העמלה המוחזרת/המבוקשת ברכישת מדיה (עד 26 נק')::

7.8. המציע יציין בטופס הצעת המחיר (נספח א'1 למכרז) את שיעור העמלה המבוקשת על ידו או המוחזרת על ידו עבור רכישת מדיה, תוך חלוקה למדיה מסורתית (עד 16 נק') ולמדיה דיגיטלית מנוהלת (עד 10 נק').

7.9. החזר העמלה המוצע ברכישת מדיה מסורתית (עד 16 נק'):

7.9.1. המציע ינקוב באחוז מתקציב המדיה שאותו הוא מציע להחזיר למכללה.

7.9.2. ההצעה שתנקוב באחוז החזר (למכללה) הגבוה ביותר תנוקד ב- 16 נקודות. יתר ההצעות ינוקדו באופן יחסי אליה.

7.9.3. לצורך סעיף זה "מדיה מסורתית" משמעה אמצעי פרסום כגון: טלוויזיה, רדיו, עיתונות מודפסת, שילוט חוצות, אוטובוסים, וספקי מדיה דיגיטליים לא מנוהלים כגון: YNET, מאקו, הארץ, גלובס, דה מרקר, כלכליסט וכיו"ב.

7.10. העמלה המבוקשת ברכישת מדיה דיגיטלית מנוהלת (עד 10 נק'):

7.10.1. המציע ינקוב באחוז מתקציב המדיה הדיגיטלית המנוהלת שאותו הוא דורש כעמלה עבורו.

7.10.2. לצורך סעיף זה המונח "מדיה דיגיטלית מנוהלת" מכוון למדיה כגון גוגל, פייסבוק, אוטברין, טאבולה, ארטימדיה, ספקי פרפורמנס וכד', שאינה מעניקה החזרים.

7.10.3. ההצעה שתנקוב באחוז העמלה **הנמוך** ביותר תנוקד ב- 10 נקודות. יתר ההצעות ינוקדו באופן יחסי אליה.

7.11. ועדת המכרזים רשאית לפסול הצעה שעל פי ניתוח כלכלי שלה הינה הפסדית, וזאת בשל החשש שהצעה הפסדית תקשה על המציע להעניק למכללה שירות מיטבי. פסילת ההצעה בגין נימוק זה כפופה למתן זכות טיעון למציע. ככל שוועדת המכרזים החליטה לפסול הצעה מכוח סעיף זה, היא לא תשמש מישור ייחוס בעת ניקוד ההצעות האחרות.

7.12. המחיר המבוקש מבטא את התמורה המלאה והסופית עבור כלל השירותים שיידרשו מהספק בהתאם למכרז ולחוזה המצורף לה, לרבות כל עלות או הוצאה הכרוכה בהם, ולרבות כל מס ישיר או עקיף, למעט מע"מ. זאת אלא אם כן צוין בחוזה במפורש אחרת.

7.13. הצעת המחיר הינה סופית. אי-התקיימות של איזו מהערכות המציע ו אי-התממשות של איזו מצפיפותיו, תחזיותיו או תוכניותיו, לא יהוו עילה לשינוי הצעתו או לכל שינוי אחר בתנאים ובהוראות הכלולים במכרז ובחוזה.

8. ההכרעה במכרז

8.3. הציון הסופי של ההצעה יחושב ע"י חיבור ציון האיכות של ההצעה (עד 70 נק') עם ציון הצעת המחיר (עד 30 נק').

8.4. ההצעה הכשירה בעלת הציון הסופי המשוקלל הגבוה ביותר תדורג במקום הראשון, ותוכרז כזוכה במכרז. יתר ההצעות ידורגו בסדר יורד אחריהן.

8.5. ועדת המכרזים רשאית (אך אינה חייבת) להכריז על מציעים כשירים שהצעתם דורגה במקום השני והשלישי ככשירים נוספים.

8.6. ככל ששתי הצעות יקבלו ניקוד משוקלל זהה, יחול לגביהן האמור בסעיף 4.6 לעיל.

8.7. כתנאי לחתימתה של המכללה על החוזה עם הזוכה במכרז, וכתנאי לכניסתו של החוזה לתוקף, יידרש הזוכה במכרז להמציא למכללה, בתוך המועד שתקבע המכללה, את כל המסמכים הנדרשים במכרז ובחוזה, לרבות אישור על קיום ביטוחים, ערבות ביצוע (ככל שקיימת), אישורים שונים – הכל בהתאם לדרישות המכללה. אי-עמידה של הזוכה בדרישות אלה במועדים שקצבה המכללה תהווה עילה לביטול זכייתו במכרז, זאת מבלי לגרוע מכל זכות אחרת שתעמוד למכללה בגין נזקים שנגרמו לה.

8.8. בנסיבות מעין אלה ועדת המכרזים תהיה רשאית להכריז על הכשיר השני כעל הזוכה במכרז, ויחולו עליו כל ההוראות החלות על המציע הזוכה במכרז.

9. אופן התנהלות המכרז

9.3. הליך הבהרות

9.3.1 החל מיום פרסום המכרז ועד למועד הקבוע בסעיף 2.1.1 לעיל, רשאי כל אדם לפנות למכללה, באמצעות הדואר האלקטרוני הבא: tsipi.edri@smkb.ac.il, ולהעלות כל בקשה להבהרה ו/או שאלה הקשורה במכרז ו/או בהתקשרות שתבוא בעקבותיו. על הפונה לוודא כי הוא מקבל אישור בדבר קבלת הפניה.

9.3.2 על הפונה לציין בפנייתו את שם המכרז ומספרו ואת פרטיו של הפונה לצורך קבלת תשובה. הפונים נדרשים להגיש את שאלותיהם **באמצעות קובץ Word**, תוך הפרדה בין שאלות המתייחסות למסמכי המכרז על נספחיו, לבין שאלות המתייחסות לחוזה, על נספחיו, בפורמט הבא:

השאלה	הסעיף במסמכי המכרז/ בחוזה/ בנספח [אם השאלה מתייחסת לנספח כלשהו, יש לציין את שם הנספח ואת מספר הסעיף בו]	מס' סידורי של השאלה
מסמכי המכרז		
		1
		2
החוזה		
		3
נספח X לחוזה		
		4

9.3.3 למכללה מסור שיקול דעת במתן התשובות. המכללה אינה מתחייבת להשיב לשאלות כלשהן או לכל השאלות.

9.3.4 המענה לשאלות ההבהרה יפורסם באתר האינטרנט של המכללה, וזאת מבלי לחשוף את זהות הפונה. למכללה מסור שיקול דעת באשר לחשיפת תוכן הפנייה.

9.3.5 התשובות לשאלות ההבהרה יהיו חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז; ובכל מקרה של סתירה בין הבהרה/שינוי/תיקון של מסמכי המכרז לבין מסמכי המכרז המקוריים – יגברו הראשונים.

9.3.6 רק מענה **בכתב** יחייב את המכללה.

9.3.7 המכללה רשאית להשיב לשאלות שיוגשו גם לאחר המועד האמור בסעיף 2.1.1 לעיל, ככל שתהינה נסיבות מיוחדות שיצדיקו זאת. המכללה אינה מתחייבת לפרסם פנייה שהתקבלה לאחר המועד האמור, אשר המכללה החליטה שלא להשיב לה.

9.3.8 המכללה רשאית לשנות את תנאי המכרז, לפי שיקול דעתה המקצועי, עד למועד האחרון להגשת ההצעות למכרז. הודעה על השינוי תפורסם באתר האינטרנט, וככל שהדבר נדרש – גם בעיתונות.

9.3.9 הודעות אלו יהיו אף הן חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז, ובכל מקרה של סתירה בין שינוי/תיקון של מסמכי המכרז לבין מסמכי המכרז המקוריים – יגברו הראשונים.

10. הגשת ההצעה :

- 10.3. ההצעה למכרז תכלול את המסמכים הבאים, בסדר הבא :
- 10.3.1. **טופס ההצעה (נספח א' למכרז)**, כשהוא מלא וחתום כנדרש.
- 10.3.2. **כל המסמכים שצירופם נדרש**, כמפורט במכרז ובטופס ההצעה.
- 10.3.3. **תצהיר (נספח ב' למכרז)**, כשהוא מלא וחתום כנדרש.
- 10.3.4. **החוזה (נספח ג' למכרז)**, כשהוא חתום על כל דפיו בראשי תיבות ובסופו חתימה מלאה.
- 10.3.5. **המענה לשאלות הבהרה**.
- 10.3.6. **טופס הצעת המחיר (נספח א' 1 למכרז)**, כשהוא מלא וחתום כנדרש (במעטפה נפרדת).
- 10.4. ההצעה על כל חלקיה תוגש בעותק אחד, כשהיא כרוכה.
- 10.5. אין להגיש מסמכים שהגשתם לא התבקשה.
- 10.6. חל איסור לבצע כל תיקון או שינוי או השמטה או הסתייגות או התניה או תוספת לטופס ההצעה.
- 10.7. אם עסקו של המציע הוא בשליטת אישה, כמשמעות הדבר בסעיף 2(ב) לחוק חובת המכרזים, תשנ"ב – 1992, ראשי המציע לצרף להצעתו אישור רו"ח ותצהיר עו"ד כנדרש בחוק, ובהתאם לתנאים המפורטים בו.
- 10.8. על המציע לוודא כי המספר המזהה (מספר ח.פ. או מספר עוסק מורשה) על גבי כל המסמכים המוגשים מטעמו, לרבות תעודת התאגדות ושינוי השם, אישורי רשויות המס וכיו"ב, יהיה זהה. ככל שאין התאמה במספר המזהה, על המציע לצרף אישור או הסבר מטעם הרשויות המוסמכות לכך בדבר אי ההתאמה.
- 10.9. ועדת המכרזים רשאית לדרוש מהמציע מסמכים נוספים או חלופיים על אלו המפורטים לעיל, ככל שתהיה סבורה, כי הדבר דרוש לה לשם ההכרעה במכרז.

11. מעטפת ההצעה

- 11.3. המציע יגיש את הצעתו באמצעות **3 מעטפות**, כדלקמן :
- 11.3.1. **מעטפה מס' 1** אשר על גבה יצוין שמו המלא של המציע והמשפט הבא: **"מכרז פומבי מס' 04/20 - מסמכי המכרז"** (ללא כל רישום נוסף). למעטפה זו יכניס המציע את טופס ההצעה, **נספח א' למכרז**, והמסמכים שיש לצרף לו (**למעט הצעת המחיר**).
- אין לכלול במעטפה מס' 1 נתונים כספיים כלשהם, לרבות לא העתקים או צילומים של טופס הצעת המחיר, או כל חלק ממנו. הצעה שתחרוג מהוראה זו תיפסל.

11.3.2. מעטפה מס' 2 אשר על גבה יצוין שמו המלא של המציע והמשפט הבא: "מכרז פומבי מס' 04/20 – טופס הצעת המחיר" (ללא כל רישום נוסף). למעטפה זו יכניס המציע אך ורק את טופס הצעת המחיר, נספח א'1' למכרז.

11.3.3. מעטפה מס' 3 אשר על גבה לא יצוין שמו של המציע, או כל פרט מזהה אחר, אלא רק את המשפט הבא: "מכרז פומבי מס' 04/20" (ללא כל רישום נוסף). למעטפה זו יכניס המציע את מעטפה מס' 1 ואת מעטפה מס' 2.

11.4. את המעטפה הכוללת את ההצעה בכללותה (מעטפה מס' 3) יש להניח בתיבת המכרזים, הנמצאת ביחידת הרכש במכללה, דרך נמיר 149 תל אביב 0. זאת, לאחר המועד הקבוע בסעיף 2.1.2 למכרז, ולא יאוחר מהמועד המצוין בסעיף 2.1.3 למכרז.

11.5. הצעה שלא תהיה בתיבת המכרזים, מכל סיבה שהיא, בתאריך ובשעה הנקובים לעיל, לא תיבחן ותוחזר למציע.

11.6. אין להגיש את ההצעה בדואר אלקטרוני, בפקס או בדואר רגיל.

11.7. הגשת ההצעה החתומה על-ידי המציע מהווה אישור וראיה חלוטה לכך שהמציע קרא את מסמכי המכרז בכללותם, לרבות החוזה המצורף להם, קיבל את כל ההסברים וההבהרות על מהות ההתקשרות ודרישות המכללה וכל פרט נחוץ אחר לצורך הצעתו, וכי הצעתו ניתנת מתוך הבנה והכרה של מהות העבודה ותכולתה, ללא סייג.

12. תוקף ההצעה

12.3. ההצעה תעמוד בתוקפה למשך 90 יום ממועד הגשת ההצעות למכרז.

12.4. המכללה רשאית להאריך את תוקף ההצעה בתקופה נוספת של עד 90 יום נוספים.

12.5. הצעת הכשירים הנוספים תעמוד בתוקפה למשך 120 יום נוספים לאחר מתן החלטה בדבר ההצעה הזוכים במכרז, וזאת למקרה שבו זוכה במכרז יחזור בו מהצעתו או שההתקשרות החוזית עם זוכה תסתיים טרם זמנה מכל סיבה שהיא. בנסיבות מעין אלה ועדת המכרזים תהא רשאית להכריז על המציע הכשיר הבא בתור כזוכה במכרז.

12.6. הוכרז הכשיר נוסף כזוכה במכרז, יחולו עליו כל ההוראות החלות על הזוכה.

12.7. ועדת המכרזים רשאית לבחור בהצעת הכשיר הנוסף כאמור לעיל, גם לאחר חלוף 120 יום ממועד ההחלטה בדבר הזוכים במכרז, ובלבד שהוא נתן לכך את הסכמתו.

13. דרישה למידע נוסף או להבהרות

13.3. ועדת המכרזים רשאית לבקש מכל מציע, בכל שלב של המכרז, הבהרות בכתב או בעל פה ביחס להצעה, ובלבד שלא יהיה בכך כדי לאפשר למציע שאליו תפנה כאמור לשנות את הצעתו או להעניק לו יתרון בלתי הוגן על פני מציעים אחרים. הבהרות יהיו חלק בלתי נפרד מההצעה.

13.4. ועדת המכרזים רשאית לדרוש מכל מציע השלמה של מידע חסר, אנשי קשר או אישורים המתייחסים לדרישות המפורטות במכרז, לצורך בחינת עמידתו של המציע בתנאי המכרז, לרבות בתנאי הסף, וכן לבצע כל פעולה אחרת הדרושה לצורך בחינת ההצעה.

13.5. ועדת המכרזים רשאית להורות על תיקון פגם שנפל בהצעה או להבליג על הפגם אם מצאה כי אין בכך כדי לפגוע בשיוויון בין המציעים, והחלטה זו משרתת באופן מיטבי את טובת המכללה ואת תכליתו של המכרז.

13.6. נציגי המכללה יהיו רשאים לבקר במשרדי המציע ו/או באתרי לקוחות שלהם סיפק המציע שירותים דומים לשירותים מושא המכרז, ו/או לפנות לממליצים או ללקוחות אחרים של המציע לשם קבלת חוות דעת, נתונים ופרטים אחרים אודות המציע מגורמים שלישיים, לפי שיקול דעתה של המכללה, לרבות קבלת חוות דעת אודות מצבו הכלכלי של המציע.

13.7. ועדת המכרזים רשאית לדרוש ממציע פרטים בדבר עסקיו, מבנה ההון שלו, מקורות המימון שלו או של בעל עניין בו, שיטת התמחור/ניתוח המחירים אשר לפיהם תמחר את הצעתו, וכן כל מידע אחר שנחוץ לוועדת המכרזים לצורך ההכרעה במכרז.

13.8. המציע מתחייב לעדכן את המכללה, ללא דיחוי, לגבי כל שינוי שיחול, אם יחול, במידע שמסר למכללה, בפרק הזמן שיחלוף ממועד הגשת הצעתו למכרז ועד למועד ההכרעה בו, ואם נקבע כזוכה במכרז – עד לחתימה על החוזה עמו.

13.9. ככל שיתברר כי מציע מסר בהצעתו או בתשובה לבקשה של ועדת המכרזים לקבלת הבהרה, נתונים לא נכונים שיש בהם כדי להיטיב עימו, **ועדת המכרזים תהיה רשאית לפסול את הצעתו.**

14. איסור הסתייגות או התניה

14.3. מציע לא יסייג את הצעתו או יתנה אותה באופן שאינו עולה בקנה אחד עם דרישות המכרז. המכללה רשאית לראות בכל שינוי, מחיקה או תיקון במסמכי המכרז, אם ייעשו, משום הסתייגות של המציע מתנאי המכרז (להלן: "הסתייגות").

14.4. להסתייגות שתיעשה בהצעה לא יהיה כל תוקף כלפי המכללה, והמכללה תהא רשאית לקבל הצעה אשר כללה הסתייגות, תוך התעלמות ממנה, או לחלופין, לפסול את ההצעה, לפי שיקול דעתה. בחרה המכללה לקבל הצעה כאמור, תודיע על כך למציע בכתב; והמציע יהיה מחויב לעמוד בהתחייבויותיו, תוך התעלמות מן ההסתייגות שכלל בהצעתו למכרז.

14.5. מציע הסבור, כי דרישות המכרז ראויות להתניה או להסתייגות, רשאי להעלות את השגותיו או את הערותיו במסגרת הליך ההבהרות, כמפורט לעיל.

15. הצעה תכסיסנית

15.3. מבלי לגרוע מכל זכות אחרת הנתונה למכללה, הצעה תכסיסנית או הצעה הלוקה בסבסוד צולב או הצעה שעולה ממנה כי היא תואמה עם מציע אחר במכרז או הצעה שיש בה משום חוסר תום לב או הצעה שמהניתוח שלה עולה כי היא הפסדית או שאין לה בסיס כלכלי ברור ומוצק

שניתן להסבירו – **תיפסל**. זאת, בכפוף למתן זכות טיעון למציע. ככל שוועדת המכרזים החליטה לפסול הצעה מכוח סעיף זה, היא לא תשמש מישור ייחוס בעת ניקוד ההצעות האחרות.

16. עיון במסמכי המכרז ובהצעה הזוכה

16.3. ועדת המכרזים תאפשר למציע שלא זכה במכרז לעיין בפרוטוקול ועדת המכרזים ובמסמכי ההצעה הזוכה, בהתאם לקבוע בתקנה 21(ה) לתקנות חובת המכרזים, תשנ"ג – 1993, בהתאם לחוק חופש המידע, תשנ"ח - 1998 ובהתאם להלכה הפסוקה.

16.4. מציע הסבור כי חלקים מהצעתו כוללים סודות מסחריים או סודות עסקיים (להלן: "**החלקים הסודיים**"), שלדעתו אין לאפשר את העיון בהם למציעים אחרים, יציין במפורש בטופס ההצעה מהם החלקים הסודיים בהצעתו, ויסמנם באופן ברור (במרקר צהוב).

16.5. מציע שלא סימן חלקים בטופס ההצעה כסודיים, יראו אותו כמסכים למסירת ההצעה כולה לעיון מציעים אחרים, אם יוכרז כזוכה במכרז. זאת למעט שמות הלקוחות ואנשי הקשר אשר שימשו את ועדת המכרזים לצורך מתן ניקוד האיכות, אשר לא יחשפו במסגרת הליכי העיון.

16.6. סימון חלקים בהצעה כסודיים מהווה הסכמה לכך שחלקים אלו יחשבו סודיים גם בהצעותיהם של מציעים אחרים, ומכאן שהמציע מוותר על הזכות לעיין בהם.

16.7. יודגש, כי בכל מקרה, שיקול הדעת בדבר היקף זכות העיון מסור לוועדת המכרזים בלבד. החליטה ועדת המכרזים לאפשר עיון בחלקים המפורטים בהצעתו של המציע הזוכה, שהוא הגדירים כסודיים, תינתן על כך התראה למציע, תוך מתן אפשרות להשיג על כך בתוך פרק זמן סביר. החליטה ועדת המכרזים לדחות את ההשגה, תודיע על כך למציע בטרם מסירת החומר לעיונו של המבקש.

16.8. הכירה ועדת המכרזים הכירה בחלק מסוים בהצעה כסודי, חלק זה ייחשב סודי בכל ההצעות. בין אם סומן כך ובין אם לאו.

16.9. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, שמו וכתובתו של מציע, נסיונו, השכלתו, והמחיר שהוצע על ידו – לא יהוו סוד מסחרי או עסקי.

16.10. מציע שבחר להשתתף במכרז, מביע את הסכמתו לאמור בסעיף זה.

17. ביטול המכרז

17.3. המכללה רשאית, בכל שלב של המכרז, לבטל את המכרז. המציעים מוותרים בזאת על סעד של אכיפה או פיצויים חיוביים בשל ביטול המכרז.

17.4. מבלי לגרוע מהאמור לעיל, המכללה רשאית לבטל את המכרז, בכל אחד מהמקרים הבאים:

17.4.1. ועדת המכרזים מצאה שהתקיים פגם בהליך המכרז או בניהולו או בהכרעה בו.

17.4.2. חל שינוי נסיבות מהותי או השתנו צרכי המכללה באופן מהותי, המצדיק לדעת המכללה את ביטול המכרז.

17.4.3. יש בסיס סביר להניח שהמציעים, כולם או חלקם, תיאמו הצעות או מחירים או פעלו באופן המהווה הגבל עסקי או עבירה על החוק.

17.4.4. הוגשה למכרז הצעה אחת בלבד.

18. כללי:

18.3. החוזה המצורף למכרז, על נספחיו, מהווה חלק בלתי נפרד ממסמכי המכרז.

18.4. בכל מקרה של סתירה או אי התאמה בין נוסח המכרז לבין נוסח החוזה, יגבר נוסח החוזה. בכל מקרה של סתירה בין הבהרה או הודעת עדכון למכרז או לחוזה לבין האמור במכרז או בחוזה יגברו הראשונים.

18.5. בכל מקרה שבו עומדת למציע זכות טיעון, רשאית ועדת המכרזים לקבוע כי השימוע ייערך בכתב.

18.6. ככל שלא נקבע במפורש אחרת – מציע רשאי להגיש למכרז הצעה אחת בלבד, ואינו רשאי להגיש הצעה משותפת עם אישיות משפטית אחרת.

18.7. ביטויים המופיעים בלשון יחיד – משמעם גם בלשון רבים ולהפך; ביטויים המופיעים בלשון זכר – משמעם גם בלשון נקבה ולהפך.

18.8. סמכות השיפוט הייחודית לדון בתובענה שעילתה מכרז זה, נתונה לבתי המשפט המוסמכים במחוז ת"א-יפו.

נספח א' – טופס ההצעה

בללי .1

- 1.1 יש למלא את הטופס ולהגישו כחלק מההצעה.
- 1.2 יש להתייחס לכל הסעיפים – ככל שהשאלה אינה רלוונטית למציע יש לציין במפורש "לא רלוונטי" ולא להשאיר מקום ריק.
- 1.3 בכל סעיף שבו הושאר מקום למילוי ההצעה, יש במקום שהושאר כדי להעיד על היקף הפירוט המצופה מהמציע. עם זאת, ניתן להוסיף שורות או טבלאות לפי הצורך.
- 1.4 בכל מקום בטופס ההצעה שבו נדרשת חתימה, הכוונה היא לחתימת מורשה החתימה מטעם המציע.
- 1.5 בכל מקום בטופס ההצעה שבו נדרש המציע למסור פרטי איש קשר, יש לציין את שם איש הקשר, תפקידו ופרטי ההתקשרות עימו (טלפון נייד ודוא"ל).
- 1.6 אין למלא את הטופס בעיפרון ואין לבצע עליו מחיקות, לרבות מחיקה בטיפקס.

פרטי המציע .2

שם המציע		כתובת המציע
טלפון	פקס	דוא"ל
פרטי איש הקשר מטעם המציע		
שם איש הקשר	תפקיד	דוא"ל
טל.	טל. נייד	

מעמדו המשפטי של המציע .3

- 3.1 מעמדו המשפטי של המציע הוא (חברה/שותפות/עוסק מורשה/אחר): _____.
- 3.2 המספר המזהה של המציע הוא (לפי הרישום במרשם הרלוונטי): _____.

3.3. הגורמים אצל המציע המורשים לחתום על ההצעה למכרז, ותפקידם אצל המציע:

מס"ד	שם	ת.ז.	תפקיד אצל המציע	דוגמת חתימה
1				
2				
3				

4. **ניסיון המציע (סעיף 5.10 למכרז)**

5.10 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו כי למציע ניסיון של שלוש שנים לפחות בעבודה כמשרד פרסום של מוסד אקדמי המוכר על ידי המועצה להשכלה גבוהה, וזאת החל משנת 2010.

#	שם המוסד האקדמי	מועד התחלה	מועד סיום	פרטי איש קשר: שם + טל. נייד
.1				
.2				
.3				
.4				
.5				

5. **ניסיון המציע בהענקת שירותי פרסום (סעיף 5.13 למכרז)**

5.13 תנאי סף להתמודדות במכרז הינו שהמציע העניק בשנת 2019 שירותי פרסום ומדיה עבור:

5.13.1. לפחות ארבעה לקוחות בעלי תקציב פרסום הנע בין 2 מיליון ₪ ל- 4 מיליון ₪.

5.13.2. לפחות שלושה לקוחות בעלי תקציב פרסום הגדול מ-4 מיליון ₪.

#	שנה	שם הלקוח	סוג השירות	תקציב הפרסום של הלקוח	פרטי איש קשר: שם + טל. נייד
.1					
.2					
.3					
.4					
.5					
.6					
.7					
.8					
.9					
10					

6.

שביעות רצון לקוחות (סעיף 6.1 למכרז)

6.1.8. לצורך סעיף זה יפרט המציע בטופס ההצעה שמות ופרטי אנשי קשר של 10 לקוחות, שלהם הוא העניק שירותי פרסום ומדיה. ועדת המכרזים אינה חייבת לפנות דווקא ללקוחות אלה לצורך ניקוד ההצעה.

#	שנה	שם הלקוח	סוג השירות	היקפו הכספי של תקציב הפרסום	פרטי איש קשר: שם + טל. נייד
.1					
.2					
.3					
.4					
.5					
.6					
.7					
.8					
.9					
10					

7.

המסמכים שיש לצרף לטופס ההצעה:

- 7.1. על המציע לצרף לטופס ההצעה את המסמכים הבאים, לפי הסדר שבטבלה שלהלן.
- 7.2. על כל מסמך יש לרשום לאיזה סעיף במכרז הוא מתייחס.
- 7.3. תיאור מלא של המסמכים מופיע במכרז עצמו.

#	מס' הסעיף במכרז	המסמך	צורף / לא צורף (סמן ✓ אם צורף)
1	5.14.6	טופס ההצעה מלא וחתום.	
2	5.3, 5.4, 5.5, 5.6, 5.9	תצהיר מלא וחתום – נספח ב' למסמך ההזמנה.	
3	5.2	תעודת עוסק מורשה של המציע.	
4	5.3	אישור תקף על ניהול פנקסי חשבונות ורשומות, כנדרש לפי חוק עסקאות ציבוריים, התשל"ו-1976.	
5	5.11, 5.12	אישור רו"ח / מנהל החשבונות / יועץ המס של המציע בדבר היקף התקציב שניהל המציע בשנת 2019, בנוסח הקבוע ב נספח א'2 למכרז.	
6	7	טופס הצעת המחיר (נספח א'1) מלא וחתום, במעטפה נפרדת .	

8.

תצהיר:

8.1. הריני להצהיר בזאת כי כל הנתונים המפורטים בטופס ההצעה, לרבות בטבלאות דלעיל, נבדקו על

ידי באופן אישי והם נכונים ומדויקים.

8.2. ידוע לי כי אם יתברר שמסרתי מידע שגוי או לא מדויק בטבלה דלעיל באופן המיטיב עימי, הדבר עלול לפסול את ההצעה; וכן עלול להוות עבירה פלילית לפי חוק העונשין בדבר נסיון לקבלת דבר במרמה ומסירת תצהיר שקר, שהעונש בגינן יכול להגיע כדי מאסר בפועל.

8.3. זהו שמי, זו חתימתי ותוכן תצהירי אמת.

חתימה וחותמת:

שם מורשה החתימה מטעם המציע:

תאריך:

אישור

אני הח"מ, _____, עו"ד, מ.ר. _____, מאשר/ת בזאת כי ביום _____, התייצב/ה בפני _____, שהזדהה בפניי באמצעות ת.ז. _____ / המוכר/ת לי אישית, ולאחר שהזהרתיו/ה כי עליו/ה לומר את האמת בלבד ואת האמת כולה, וכי ת/יהיה צפויה לעונשים הקבועים בחוק אם לא ת/יעשה כן, אישר/ה את נכונות הצהרתו דלעיל וחתם/ה עליה בפני.

עו"ד, _____

נספח א'1 למכרז – טופס הצעת המחיר

1. יש להגיש את טופס ההצעה הכספית **במעטפה סגורה**, בנפרד מיתר חלקי ההצעה.
2. על מעטפת הצעת המחיר יש לרשום "**מכרז פרסום 04/20**" (שם המכרז) וכן את שם המציע.
3. אין למלא את הצעת המחיר בעיפרון, ואין לבצע עליה מחיקות כלשהן, לרבות מחיקה בטיפקס.
4. יש למלא את הצעת המחיר בשלמותה. הותרת מקום ריק תיחשב כהצעה למתן השירות ללא תמורה או שההצעה תיפסל. זאת בהתאם לשיקול דעתה של ועדת המכרזים, ובהתחשב במרכזיותו של הסעיף שבו הנתון החסר.
5. בכל מקרה של סתירה בין מילים לבין ספרות, יגברו המילים.
6. בכל מקרה של סתירה בין מחירי יחידות לבין סכומם או הכפלתם, יגבר מחיר היחידה.
7. הצעת המחיר הינה בשקלים חדשים; ללא מס ערך מוסף, שיחול כשיעורו ביום התשלום.
8. **יש לנקוב במספרים שלמים**. ככל שמציע ינקוב במספר הכולל ספרות לאחר הנקודה העשרונית, ועדת המכרזים תתעלם מהספרות שלאחר הנקודה.
9. המציע מודע לכך ומסכים לכך שהמחיר המבוקש על ידו כולל את כל השירותים הנדרשים מהזוכה במכרז בהתאם למכרז ולחוזה, לרבות כל עלות או הוצאה הכרוכה בהם, ולרבות כל מס ישיר או עקיף, למעט מע"מ.
10. המציע מודע לכך ומסכים לכך שהצעת המחיר שלו הינה סופית, וכי אי-התקיימות של איזו מהערכות המציע או אי-התממשות של איזו מציפיותיו, תחזיותיו או תוכניותיו, לא יהוו בשום מקרה עילה לשינוי הצעתו או לכל שינוי אחר בתנאים ובהוראות הכלולים במסמכי המכרז והחוזה.
11. על המציע למלא את הפרטים הבאים:

11.1 שם המציע: _____.

11.2 מספר מזהה של המציע (לדוג' - מס' ח.פ.): _____.

12. הציון בגין הצעת המחיר יחושב תוך חלוקה לארבעה רכיבי שירות:

- 12.1 ההנחה המוצעת על שירותי הפקה פנימיים (עד 2 נק');;
- 12.2 העמלה המבוקשת על שירותי הפקה חיצוניים (עד 2 נק');;
- 12.3 העמלה המוחזרת בגין רכישת מדיה מסורתית (עד 16 נק');;
- 12.4 העמלה המבוקשת עבור רכישת מדיה דיגיטלית מנוהלת (עד 10 נק').

13. ההנחה המוצעת על שירותי הפקה פנימיים (עד 2 נק'):

- 13.1 המציע יציין את שיעור ההנחה הכולל שהוא מעוניין להעניק על שירותי ההפקה הפנימיים המפורטים בטבלה שלהלן (נספח א'1(1)).
- 13.2 ההצעה שתיתן את שיעור ההנחה הגבוה ביותר תנוקד ב- 2 נקודות. יתר ההצעות ינוקדו באופן יחסי אליה.

- הריני להציע הנחה בשיעור של _____ אחוז על שירותי ההפקה הפנימיים המפורטים בטבלה המפורטת בנספח א'1(1) להלן.

14. העמלה המבוקשת על שירותי הפקה חיצוניים (עד 2 נק'): :

14.1. המציע יציין את שיעור העמלה המבוקשת על ידו על שירותי הפקה חיצוניים, הכוללים בין היתר, צילום של סרטי פרסומת, הקלטות באולפן, הפקות רדיו, רכישת שקופיות/מוסיקה ממאגרים חיצוניים וכיו"ב.

14.2. ההצעה שתציע את העמלה המבוקשת הנמוכה ביותר תנוקד ב- 2 נקודות. יתר ההצעות ינוקדו באופן יחסי אליה.

- **הריני מבקש עמלה בשיעור של _____ אחוז עבור שירותי הפקה חיצוניים כמפורט לעיל.**

15. עמלה מוחזרת בגין רכישת מדיה מסורתית (עד 16 נק'): :

15.1. המציע ינקוב באחוז מתקציב המדיה המסורתית, שאותו הוא מציע להחזיר למכללה.

15.2. ההצעה שתנקוב באחוז החזר (למכללה) הגבוה ביותר תנוקד ב- 16 נקודות. יתר ההצעות ינוקדו באופן יחסי אליה.

15.3. לצורך סעיף זה "מדיה מסורתית" משמעה אמצעי פרסום המחזירים עמלות כגון: טלוויזיה, רדיו, עיתונות מודפסת, שילוט חוצות, אוטובוסים וכיו"ב; וכן ספקי מדיה דיגיטליים לא מנוהלים כגון: YNET, מאקו, הארץ, גלובס, דה מרקר, כלכליסט וכיו"ב.

- **הריני להציע החזר עמלה בשיעור של _____ אחוז מתקציב המדיה המסורתית של המכללה.**

16. עמלה מבוקשת עבור רכישת מדיה דיגיטלית מנוהלת (עד 10 נק'): :

16.1. המציע ינקוב באחוז מתקציב המדיה הדיגיטלית המנוהלת של המכללה, שאותו הוא דורש כעמלה עבורו.

16.2. ההצעה שתנקוב באחוז העמלה המבוקשת הנמוך ביותר תנוקד ב- 10 נקודות. יתר ההצעות ינוקדו באופן יחסי אליה.

16.3. לצורך סעיף זה המונח "מדיה דיגיטלית מנוהלת" מכוון למדיה כגון גוגל, פייסבוק, אוטברין, טאבולה, ארטימדיה, ספקי פרפורמנס וכיו"ב, שאינה מעניקה החזרים.

- **הריני מבקש עמלה בשיעור של _____ אחוז מתקציב המדיה הדיגיטלית המנוהלת של המכללה.**

17. הניקוד של ההצעה בגין הצעת המחיר יורכב מהחיבור של: (1) ניקוד ההצעה בגין ההנחה המוצעת על ידי המציע על שירותי ההפקה הפנימיים המפורטים בטבלה (עד 2 נק'); (2) ניקוד ההצעה בגין העמלה המבוקשת על ידי המציע על שירותי הפקה חיצוניים (עד 2 נק'); (3) ניקוד ההצעה בגין העמלה שהמציע מוכן להחזיר למכללה בגין רכישת מדיה מסורתית (עד 16 נק'); ו- (4) ניקוד ההצעה בגין העמלה המבוקשת על ידי המציע עבור רכישת מדיה דיגיטלית (עד 10 נק'). **סה"כ – עד 30 נק'.**

נספח א'1(1) – מחירון בסיסי לשירותים שונים

מחירון גרפיקה:

מוצר	מחירון למכרז
מודעות:	
מודעת דאבל ספרד ש"ל	750
מודעת עמוד ש"ל	300
מודעת 1/2 עמוד ש"ל	300
מודעה עד 10" ש"ל	300
מודעת 1/4 עמוד / סטריפ ש"ל	300
מודעת דאבל ספרד צבע	1000
מודעת עמוד צבע	650
מודעת 1/2 עמוד צבע	300
מודעה עד 10" צבע	300
מודעת 1/4 עמוד / סטריפ צבע	300
שלטים + כרזות:	
פוסטר מדיה / תלרוף / פוסטופ – אב טיפוס	2000
שלט חוצות עבודי / נור / גשרים - אב טיפוס	2000
שלט אוטובוס	1500
שלט חסות למגרש ספורט	1000
שלט בד	1000
דגל	500
שקופיות חסות	2500
שלט קיר	2000
דברי דפוס:	
שונות:	
שעת עבודה בסטודיו	250
התאמת גודל	50% מאב טיפוס
עיצוב גריד מצגת power point	500
הכנה לדפוס:	
בניה פשוטה A4	200
בניה מורכבת A4	350
בניה מורכבת מאוד A4	500

350	בניה פשוטה A3
650	בניה מורכבת A3
800	בניה מורכבת מאוד A3
10	איריס A4
15	איריס A3
350	שעת מערכת ביצוע

מחירון דיגיטל

מוצר	מחירון למכרז
עיצוב ותכנות באנר	1200
עיצוב ותכנות באנר כולל טופס	1500
התאמת גודל	80
עצוב באנר גיף	300
עיצוב באנר וידאו	1500
עיצוב ותכנות מתפרצת פלאש	1500
עיצוב מתפרצת וידאו	1500
עיצוב ותכנות דיור HTML	1200
עיצוב עמוד HTML כולל DB בסיסי	2500
שעת מתכנת	250

שם המציע:

בעלי זכויות החתימה:

חתימה וחותמת:

תאריך:

נספח א'2 – אישור רו"ח על היקף התקציב המנוהל

(יש להדפיס על נייר פירמה של רואה החשבון / מנהל החשבונות / יועץ המס)

תאריך: _____

לכבוד,
מכללת סמינר הקיבוצים

הנדון: אישור בדבר היקף תקציב מנוהל

הנני משמש כרו"ח / מנהל החשבונות / יועץ המס הקבוע של _____ (שם המציע) (להלן: "המציע").

על רואה החשבון / מנהל החשבונות / יועץ המס למחוק בעט כל שורה שאינה נכונה:

1. הריני לאשר כי היקף תקציבי הפרסום שניהל המציע בשנת 2019 היה גדול מ- 20 מיליון ש"ח באופן מצטבר (סעיף 5.11 למכרז);
2. הריני לאשר כי היקף תקציבי הפרסום שניהל המציע בשנת 2019, שהופנה לרכישה או להפקה של מדיה דיגיטלית היה גדול מ- 10 מיליון ש"ח, באופן מצטבר (סעיף 5.12 למכרז).

_____ שם + חותמת + חתימה

נספח ב' - תצהיר

אני הח"מ _____ ת.ז. _____ לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזאת כדלקמן:

1. קראתי את מסמכי המכרז ואת פרטי ההצעה ואני מכיר ממקור ראשון את כל הדברים שלגביהם אני מצהיר להלן.

2. שמירה על דיני העבודה

1.1. הנני מצהיר כי המציע פועל בהתאם לחוק עובדים זרים, תשנ"א-1991 (להלן: "חוק עובדים זרים").

1.2. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, הנני מצהיר כי מתקיים במציע אחד מאלה:

1.2.1. המציע ובעל הזיקה אליו לא הורשעו בפסק דין חלוט בעבירה לפי חוק עובדים זרים בשנתיים שקדמו למועד החתימה על ההצעה.

1.2.2. אם המציע או בעל זיקה אליו הורשעו בפסק דין חלוט בשתי עבירות או יותר לפי חוק עובדים זרים - ההרשעה האחרונה לא היתה בשלוש השנים שקדמו למועד החתימה על ההצעה.

1.2.3. לעניין סעיף זה:

1.2.3.1. "בעל זיקה" - תאגיד שבשליטת המציע, נושא משרה אצל המציע, בעל שליטה במציע, תאגיד אחר שבעל השליטה במציע הנו בעל השליטה גם בו.

1.2.3.2. "שליטה" - כמשמעותה בחוק ניירות, התשכ"ח-1968.

1.3. הנני מצהיר כי המציע פועל בהתאם לחוק שכר מינימום, התשמ"ז-1987 (להלן: "חוק שכר מינימום"), ומשלם שכר עבודה לעובדיו בקביעות ובמועד כמתחייב מחוקי העבודה, צווי ההרחבה, ההסכמים הקיבוציים וההסכמים האישיים החלים עליו.

1.4. מבלי לגרוע מן האמור לעיל, הנני מצהיר כי מתקיים במציע אחד מאלה:

1.4.1. המציע או בעל זיקה אליו לא הורשעו בעבירה לפי חוק שכר מינימום.

1.4.2. המציע או בעל זיקה אליו הורשעו בעבירה אחת לפי חוק שכר מינימום, אך במועד מתן ההצעה חלפה שנה לפחות ממועד ההרשעה.

1.4.3. המציע או בעל זיקה אליו הורשעו בשתי עבירות או יותר לפי חוק שכר מינימום, אך במועד מתן ההצעה חלפו שלוש שנים לפחות ממועד ההרשעה האחרונה.

1.4.4. לעניין סעיף זה:

1.4.4.1. "בעל זיקה" - כל אחד מאלה:

1.4.4.1.1. תאגיד שבשליטת המציע, נושא משרה אצל המציע, בעל שליטה במציע, תאגיד אחר שבעל השליטה במציע הנו בעל השליטה גם בו.

1.4.4.1.2. תאגיד שהרכב בעלי מניותיו או שותפיו, לפי העניין, דומה במהותו להרכב כאמור של המציע, ותחומי פעילותו של התאגיד דומים במהותם לתחומי פעילותו של המציע.

1.4.4.1.3. מי שאחראי מטעם המציע על תשלום שכר עבודה.

1.4.4.1.4. אם המציע הנו תאגיד הנשלט שליטה מהותית - תאגיד אחר שנשלט

שליטה מהותית בידי מי ששולט במציע; שליטה מהותית - החזקה

של שלושה רבעים או יותר בסוג מסוג של אמצעי שליטה בתאגיד.

1.4.4.2. "הורשע" - הורשע בפסק-דין חלוט, בעבירה לפי חוק שכר מינימום, שנעברה

לאחר יום כ"ה בחשון התשס"ג (31.10.2002).

3. ייצוג הולם לאנשים עם מוגבלות

3.1. הנני מצהיר כי במציע מתקיים אחד מאלה:

3.1.1. המציע מעסיק 25 עובדים או פחות ולכן הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות לאנשים עם

מוגבלות, התשנ"ח-1998 (להלן: "חוק שוויון זכויות") אינן חלות עליו;

3.1.2. הוראות סעיף 9 לחוק שוויון זכויות חלות על המציע והוא מקיים אותן;

3.2. אם המציע מעסיק 25 עובדים לפחות, הוא מצהיר בזאת על התחייבותו לפנות למנהל הכללי של

משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים לשם בחינת יישום חובותיו לפי סעיף 9 לחוק

שוויון זכויות, ובמידת הצורך - לשם קבלת הנחיות בקשר ליישומן; ככל שהמציע התחייב בעבר

לפנות למנהל הכללי של משרד העבודה הרווחה והשירותים החברתיים כאמור, הוא מצהיר כי

הוא פנה כנדרש ממנו, ואם קיבל הנחיות ליישום חובותיו לפי סעיף 9 לחוק שוויון זכויות, הוא גם

פעל ליישומן;

3.3. הנני מצהיר כי אם המציע יזכה בהליך, הוא יעביר העתק של תצהיר זה למנהל הכללי של משרד

העבודה הרווחה והשירותים החברתיים, בתוך 30 ימים ממועד ההתקשרות.

4. העדר תיאום (סעיף 5.4 למכרז)

4.1. הנני מצהיר כי ההצעה מוגשת ללא כל הסכם, תיאום או קשר, ישיר או עקיף, עם גוף אחר או אדם

אחר המגיש הצעה למכרז זה.

4.2. הנני מצהיר כי אף פרט מהצעתו של המציע לא הוצג בפני מי שהוא מציע במכרז או בפני נציגו של

מציע כאמור.

4.3. הנני מצהיר כי המציע לא היה מעורב בניסיון להניא מציע אחר מלהגיש הצעות להליך זה ו/או לא

היה מעורב בניסיון לגרום למציע אחר להגיש הצעה בלתי תחרותית מכל סוג שהוא.

4.4. הנני מצהיר כי המציע מודע לכך ש**תיאום הצעות במכרז מהווה עבירה פלילית**, שהעונש בגינה

יכול להגיע כדי חמש שנות מאסר בפועל.

5. איסור ניגוד עניינים (סעיף 5.5 למכרז)

5.1. הנני מצהיר כי נכון למועד הגשת הצעה זו לא ידוע לי על קיומה של מניעה כלשהי, לרבות ניגוד

עניינים או מראית עין של ניגוד עניינים, שיש בה כדי להפריע לזכייתו של המציע במכרז או לקיום

איזו מהתחייבויותיו על פי ההצעה, על-פי המכרז, על-פי ההסכם המצורף או על-פי דין.

5.2. הנני מצהיר כי המציע אינו עובד המכללה או קרובו של עובד המכללה או אישיות משפטית אשר

לעובד המכללה או לקרובו יש בהם ענין אישי. "קרוב" לענין סעיף זה הינו כל אחד מאלה – בן

זוג, הורה, בן, אח, נכד, סב, דוד, בן דוד, גיס, אחיין, חם, חותן, חתן, וכן בן/בת זוג של כל אחד

מאלה.

6. מצב כלכלי

6.1. **מצב כלכלי**: הנני מצהיר כי המציע אינו נמצא בהליכי פירוק או פשיטת רגל או כינוס נכסים או

שהוא פועל תחת הסדר נושים או תחת אזהרת עסק חי (סעיף 5.6 למכרז).

7. הענקת שירותים עבור מוסד אקדמי מתחרה (סעיף 5.9 למכרז):
- 7.1. הנני מצהיר כי המציע אינו מעניק שירותי פרסום ומדיה למוסד אקדמי מתחרה, המלמד חינוך או איזה מהמקצועות הבאים: תקשורת, קולנוע, מחול, משחק, בימוי, עיצוב או אמנות.
8. הנני מצהיר כי קראתי את מסמכי המכרז, הבנתי אותם ואני מסכים לכל דרישות המכרז והחווה ללא כל סייג או תנאי.
9. ידוע לי כי אם יתברר שהצהרתי במסגרת תצהירי זה דבר שאינו אמת, הדבר עלול להוביל לפסילת ההצעה; וכן עלול להוות עבירה פלילית לפי חוק העונשין בדבר נסיון לקבלת דבר במרמה ומסירת תצהיר שקר, שהעונש בגינן יכול להגיע כדי מאסר בפועל.
10. זהו שמי, זו חתימתי ותוכן תצהירי אמת.

חתימה

אישור

אני הח"מ, _____, עו"ד, מ.ר. _____, מאשר/ת בזאת כי ביום _____, התייצב/ה בפני _____, שהזדהה בפניי באמצעות ת.ז. _____ / המוכר/ת לי אישית, ולאחר שהזהרתיו/ה כי עליו/ה לומר את האמת בלבד ואת האמת כולה, וכי ת/יהיה צפויה לעונשים הקבועים בחוק אם לא ת/יעשה כן, אישר/ה את נכונות הצהרתו דלעיל וחתם/ה עליה בפני.

עו"ד, _____

נספח ג' - הסכם ההתקשרות עם הזוכה במכרז, על נספחיו

(קובץ נפרד)

נספח ד' - שאלון שביעות רצון לקוחות

(אין למלא נספח זה, ימולא על ידי המכללה)

שם הלקוח: _____
שם המרואיין: _____
תפקידו של המרואיין בארגון: _____
השנים שבמהלכן ניתן השירות ע"י המציע _____
הציונים בטבלאות שלהלן ימולאו על ידי נציגי המכללה, לאחר שיחה טלפונית שיקיימו עם לקוחות המציע, שצוינו על ידו בהצעתו.

1. **זמינות במתן השירותים** – האם היית שבע רצון מזמינות המציע באספקת השירותים?

1 נק'	2 נק'	3 נק'	4 נק'	5 נק'
כלל לא	במידה מעטה	במידה בינונית	במידה רבה	במידה רבה מאוד

2. **עמידה בתנאי ההתקשרות** – האם השירות שניתן על ידי המציע עמד בדרישות ההתקשרות עימו?

1 נק'	2 נק'	3 נק'	4 נק'	5 נק'
כלל לא	במידה מעטה	במידה בינונית	במידה רבה	במידה רבה מאוד

3. **עמידה בלוחות זמנים** – האם המציע עמד בלוחות הזמנים שנקבעו במסגרת ההתקשרות עמו?

1 נק'	2 נק'	3 נק'	4 נק'	5 נק'
כלל לא	במידה מעטה	במידה בינונית	במידה רבה	במידה רבה מאוד

4. **אמינות ומתן מענה לבעיות וטיפול בליקויים** – האם היית מרוצה מאמינות המציע בהקשר של דיווחים, התנהלות, ומגמישותו בטיפול במקרים דחופים ובלתי מתוכננים?

1 נק'	2 נק'	3 נק'	4 נק'	5 נק'
כלל לא	במידה מעטה	במידה בינונית	במידה רבה	במידה רבה מאוד

5. **איכות העבודה ותוצריה** – האם היית שבע רצון מאיכות העבודה ותוצריה של המציע?

1 נק'	2 נק'	3 נק'	4 נק'	5 נק'
כלל לא	במידה מעטה	במידה בינונית	במידה רבה	במידה רבה מאוד

6. **מקצועיות** – האם המציע הפגין מקצועיות וידע במסגרת מתן השירותים?

1 נק'	2 נק'	3 נק'	4 נק'	5 נק'
כלל לא	במידה מעטה	במידה בינונית	במידה רבה	במידה רבה מאוד

7. **תרבות ניהולית, מודעות שירות ללקוח** – האם המציע/העובד אשר ביצע את השירותים בפועל הפגין יחס נעים ואדיב? האם יש למציע מודעות לחשיבות איכות השירות?

נק' 5	נק' 4	נק' 3	נק' 2	נק' 1
במידה רבה מאוד	במידה רבה	במידה בינונית	במידה מעטה	כלל לא

8. **שיתוף פעולה עם הלקוח** – האם המציע היה קשוב לצרכים שונים שהתעוררו במהלך ההתקשרות (לדוגמא: בקשות לשינויים, ביצוע תיקונים)? האם המציע נענה לצרכים אלו באופן יעיל ומספק?

נק' 5	נק' 4	נק' 3	נק' 2	נק' 1
במידה רבה מאוד	במידה רבה	במידה בינונית	במידה מעטה	כלל לא

9. **רמת העובדים של המציע** – האם עובדי המציע מקצועיים ואמינים?

נק' 5	נק' 4	נק' 3	נק' 2	נק' 1
במידה רבה מאוד	במידה רבה	במידה בינונית	במידה מעטה	כלל לא

10. **שביעות רצון כללית** – האם אתה ממליץ למכללה להתקשר עם המציע?

נק' 5	נק' 4	נק' 3	נק' 2	נק' 1
במידה רבה מאוד	במידה רבה	במידה בינונית	במידה מעטה	כלל לא

הערות (ככל שיש):

שם המראיין _____ ;
 חתימת המראיין: _____ ;
 תאריך ושעה: _____ .