

PASIŪLYMŲ VERTINIMO KRITERIJAI IR METODIKA

1. Šiame priede pateikiami ekonomiškai naudingiausio Pasiūlymo vertinimo kriterijai, jų vertės, formulės, pagal kurias bus skaičiuojamas Pasiūlymo ekonominis naudingumas, ekspertinio vertinimo metodikos aprašymas.
2. Tiekėjas, išviešindamas parametrų reikšmes savo Pasiūlyme, turi realiai įsivertinti savo galimybes prisiimti įsipareigojimus pasiūlytų reikšmių atžvilgiu visą paslaugų pirkimo sutarties vykdymo laikotarpį.
3. Pasiūlymų vertinimo kriterijai pateikti žemiau esančioje lentelėje Nr. 1:

Lentelė Nr. 1

Vertinimo kriterijai ir parametrai		Funkcinio parametro lyginamasis svoris kriterijuje	Kriterijaus vertė ekonominio naudingumo įvertinime
I kriterijus: kaina (C)			X = 30 %
II kriterijus: užduoties parengimas (T)			Y = 40 %
1. Kokybė (F_1)	R_1 - Min. 0 balas, maks. 5 balai	$L_1=0,5$	
2. Kūrybingumas (F_2)	R_2 - Min. 0 balas, maks. 5 balai	$L_2=0,5$	
III kriterijus: Tiekėjų ir jų specialistų atitikimas profesinių pajėgumų reikalavimams (P)			Z = 30 %
1. Tiekėjo už sutarties vykdymą skiriamų atsakingų kvalifikuotų specialistų papildoma darbo patirtis: Strateginis konsultantas/direktorius per pastaruosius 2 metus yra įvykdęs ne mažiau kaip 3 sėkmingus skaitmeninės rinkodaros strategijos kūrimo internetinėje erdvėje projektus. Kurių kiekvienas projektas apima kelių kanalų (socialinės medijos, naujienlaiškiai, web, SEO, partnerystės su online žiniasklaida, ads etc.) integraciją, krizinės komunikacijos valdymą, ir strateginio konsultavimo skaitmeninės rinkodaros klausimais paslaugas, kurių vertė kiekvieno atskirai – ne mažesnė nei 20.000,00 EUR be PVM.	P_1 – Min. 0 balų, maks. 5 balai	$L_3=0,3$	

<p>2. Tiekėjo už sutarties vykdymą skiriamų atsakingų kvalifikuotų specialistų papildoma darbo patirtis:</p> <p><i>Projektų vadovas per pastaruosius 2 metus yra įvykdęs ne mažiau kaip 2 sėkmingus skaitmeninės rinkodaros projektus, kuriuose buvo atsakingas už projektų planavimą ir įgyvendinimą. Kiekvienas projektas turi apimti kelių kanalų (socialinės medijos, naujienlaiškiai, web, SEO, partnerystės su online žiniasklaida, ads ir pan.) integraciją, rezultatų analizę ir komunikacijos valdymą, kurių vertė kiekvieno atskirai – ne mažesnė nei 20 000,00 EUR be PVM.</i></p> <p><i>Papildomai, kandidatas turi būti įgyvendinęs bent vieną web atnaujinimo projektą (įskaitant UX/UI, turinio atnaujinimas, techninė priežiūra ir/ar SEO optimizavimas ir t.t.) per pastaruosius 3 metus, kuris gali būti tiek vienas iš minėtų dviejų projektų, tiek atskiras trečias projektas.</i></p>	<p><i>P₂ – Min. 0 balų, maks. 5 balai</i></p>	<p>L₄=0,3</p>	
<p>3. Tiekėjas turi ne trumpesnę nei 6 mėnesių skaitmeninės rinkodaros projektų vykdymo ir valdymo patirtį su prekės ženklu, produktu ar paslauga iš atsinaujinančių energetinių išteklių srities (biokuro (skiedros ar granulės) produktas/paslauga privalumas).</p>	<p><i>P₃ – suteikiama 0 balų jeigu Tiekėjas neturi patirties su prekės ženklu iš atsinaujinančių energetinių išteklių srities, 3 ar 5 balai – jeigu turi patirties.</i></p>	<p>L₅=0,4</p>	

4. Tiekėjų Pasiūlymų pagal kriterijus C, P ir T vertinimą atlieka Perkančiosios organizacijos pasirinkti ne mažiau kaip 3 (trys) ekspertai, kurie iki vertinimo pradžios yra pasirašę konfidencialumo pasižadėjimą ir nešališkumo deklaraciją, deklaruodami privačius interesus.

5. Ekonomiškai naudingiausi bus pripažįstamas Pasiūlymas, surinkęs daugiausiai balų.

6. Esant atvejui, kai 2 ar daugiau Tiekėjų surenka vienodą balų skaičių, ekonomiškai naudingiausi bus pripažįstamas Pasiūlymas gavęs aukščiausią balą už III kriterijų (P). Jei vienodas balų skaičius bus atsižvelgus ir į III kriterijų (P), ekonomiškai naudingiausi bus pripažįstamas aukščiausią balą už užduoties (T) atlikimo F_1 kokybės funkcinį parametą.

7. Pasiūlymo ekonominio naudingumo (S) balai bus apskaičiuojami sudedant Pasiūlymo kainos (C), kokybės (užduoties atlikimo) (T) ir Tiekėjo atitikimo papildomiems reikalavimams (P) balus:

$$S = C + T + P$$

7.1. Pasiūlymo kainos kriterijaus (C) balai apskaičiuojami mažiausios pasiūlytos kainos (C_{\min}) ir vertinamame Pasiūlyme nurodytos Pasiūlymo kainos (C_p) (pateikiama užpildant Pasiūlymo formoje esančią lentelę) santykį padauginant iš kainos kriterijaus lyginamojo svorio (X):

$$C = \frac{C_{\min}}{C_p} \cdot X$$

7.2. Kriterijaus (T) balai apskaičiuojami sudedant atskirų funkcijų parametų (F_i) balus ir sumą padauginant iš kokybės kriterijaus lyginamojo svorio (Y):

$$T = (F_1 + F_2) \cdot Y$$

7.3. Funkcinių kriterijų (F_i) balai apskaičiuojami vertinamo kriterijaus funkcinio parametro reikšmę (R_i) palyginant su geriausia to paties parametro reikšme (R_{max}) ir padauginant iš vertinamo kriterijaus funkcinio parametro lyginamojo svorio (L_i):

$$F_i = \frac{R_i}{R_{max}} \cdot L_i$$

7.4. Vertinamo kriterijaus funkcinių parametų reikšmės (R_i) apskaičiuojamos sudedant kiekvienam funkciniam parametui skirtus ekspertų balus, vertinant Tiekėjų pateiktą informaciją, nurodytą 8.3 punkte (atliktos užduoties pristatymas pagal užduotyse nurodytus reikalavimus), ir gautą sumą padalinant iš vertinusių ekspertų skaičiaus, apvalinant gautą skaičių šimtųjų tikslumu.

7.5. Ekspertai, vertindami F_1 ir F_2 funkcinius parametrus (T), remdamiesi savo žiniomis ir patirtimi, balus skiria atsižvelgdami į 8.1 ir 8.2 punktuose nurodytus reikalavimus užduoties atlikimui.

7.6. Jei Tiekėjo užduoties kokybės ir kūrybingumo kriterijaus bent vienam funkciniam parametrai ekspertų suteiktų balų vidurkio reikšmė (F_i) apskaičiuota pagal lentelėje Nr. 1 II kriterijaus (T) reikalavimus, yra 2 ar mažiau balų, tokio Tiekėjo Pasiūlymas yra atmetamas, o Tiekėjas apie tai informuojamas CVP IS priemonėmis.

7.7. Tiekėjų ir jų specialistų atitikimas profesinių pajėgumų reikalavimams (P) balas apskaičiuojamas sudedant visų vertintų kriterijų (P_i) santykinės vertes ir padauginant iš kriterijaus lyginamojo svorio (Z):

$$P = \left(\sum P_i \right) \cdot Z$$

7.8. Tiekėjų ir jų specialistų atitikimas profesinių pajėgumų reikalavimams (P_i) balai apskaičiuojami geriausios pasiūlytos to paties parametro reikšmės (P_{max}) (pagal SPS 9 ir SPS 10 prieduose pateiktą informaciją) ir vertinamo Pasiūlymo parametro reikšmės (P_i) santykį padauginant iš vertinamo kriterijaus lyginamojo svorio (L_i):

$$P_i = \frac{P_i}{P_{max}} \cdot L_i$$

8. Reikalavimai II kriterijui užduočių parengimas (T) detalizuoti žemiau:

8.1. Reikalavimai kokybei:

8.1.1. Adekvatus užduoties ir temos suvokimas (pateikta išsami ir kokybiška informacija, situacijos analizė, pasiūlytas komunikacijos planas ir aprašymas atskleidžiantis siūlomo plano turinio gaires, svarbiausias žinutes, tikėtinus rezultatus ir kanalų sąveikos logiką), atsižvelgiant į Perkančiosios organizacijos poreikius, keliamus tikslus ir uždavinius, tikslines auditorijas (potencialūs ir esami klientai).

8.1.2. Loginis pagrindimas (pasiūlymas aiškus ir nuoseklus, pademonstruotas loginis ryšys tarp skirtingų užduoties elementų: žinomumo didinimo, įvaizdžio stiprinimo, web atnaujinimo, komunikacijos kanalų sąveikos).

8.1.3. Aiški veiksmų plano eiga (siūlomi plano veiksmai, laikas ir biudžetas, veiksmų planas yra vientisas, atitinka Perkančiosios organizacijos strategiją, vertybes, tikslus, apima web atnaujinimo integraciją).

8.1.4. Pateiktas aiškus ir nuoseklus tekstas, parodantis, kad Tiekėjas supranta Perkančiosios organizacijos rinkos subtilumus, situaciją ir komunikacijos iššūkius skirtingose rinkose.

8.1.5. Išsamus ir pagrįstas veiksmų planui įgyvendinti reikalingų paslaugų ir siūlomų trečiųjų šalių tiekėjų sąrašas (jei aktualu).

8.2. Reikalavimai kūrybingumui:

8.2.1. Komunikacijos plano originalumas, kūrybingumas, novatoriškumas (ypač kanalų sąveikos, žinomumo didinimo ir įvaizdžio stiprinimo srityse).

8.2.2. Veiksmų plano įgyvendinimo realumas, įtikinamumas (ar siūlomi sprendimai realiai įgyvendinami per 2026 m., ar atitinka rinkos tendencijas).

8.2.3. Pasiūlyto komunikacijos plano nuoseklumas ir atitikimas tikslams (žinomumo didinimas, sekėjų ir naujienlaiškių gavėjų bazės augimas, įvaizdžio stiprinimas, web atnaujinimas).

8.2.4. Idėjų atitikimas šiuolaikinei socialinei realybei, B2B auditorijai ir Perkančiosios organizacijos tikslams.

8.2.5. Sprendimas perteikia Perkančiosios organizacijos veiklą, solidumą, formuoja ekspertiškumo įvaizdį, išskiria BALTPPOOL pranašumus.

8.2.6. Pasiūlyto komunikacijos plano svarba ir aktualumas tikslinei auditorijai (potencialūs ir esami klientai, rinkos dalyviai).

8.3. Ekspertai už II kriterijų užduočių parengimas (T) balus suteiks remiantis lentelėje Nr. 2 pateiktu apibūdinimu:

Lentelė Nr. 2

Balai	Vertinimo kriterijai
5	Užduotis visiškai atitinka Perkančiosios organizacijos poreikius ir/arba viršija lūkesčius. Visapusiškai įvykdyti visi užduotyje (SPS 4 priede) keliami kokybės ir kūrybingumo reikalavimai, demonstruojant gilų srities išmanymą. Pateikta išsami situacijos analizė, aiški kanalų sąveikos logika, pagrįstas ir nuoseklus komunikacijos planas, integruoti web atnaujinimo darbai, pateiktas pavyzdinis socialinės medijos įrašas su vizualizacija. Veiksmų planas yra visiškai pritaikomas praktikoje, atitinka tikslines auditorijas ir Perkančiosios organizacijos strategiją.
3	Užduotis atitinka ne visa apimtimi, bet ne mažiau nei 2/3 Perkančiosios organizacijos poreikių. Įvykdyti ne mažiau nei 2/3 užduotyje keliamų kokybės ir kūrybingumo reikalavimų, demonstruojant srities suvokimą. Kanalų sąveikos logika ir komunikacijos planas iš esmės pagrįsti, tačiau trūksta išsamumo ar nuoseklumo. Web atnaujinimo integracija pateikta, bet neišplėtotą. Pavyzdinis socialinės medijos įrašas atitinka užduoties tikslą, tačiau trūksta originalumo ar aktualumo.
1	Užduotis atitinka mažiau nei 2/3, bet daugiau nei 1/3 Perkančiosios organizacijos poreikių. Įvykdyta mažiau nei 2/3, bet daugiau nei 1/3 kokybės ir kūrybingumo reikalavimų, demonstruojant ribotą srities suvokimą. Kanalų sąveikos logika ir komunikacijos planas fragmentiški, web atnaujinimo integracija paviršutiniška arba neaiški. Pavyzdinis socialinės medijos įrašas neatitinka užduoties tikslo arba nėra aktualus.
0	Užduotis atitinka mažiau nei 1/3 Perkančiosios organizacijos poreikių arba neatitinka visai. Įvykdyta mažiau nei 1/3 kokybės ir kūrybingumo reikalavimų, trūksta srities suvokimo. Kanalų sąveikos logika ir komunikacijos planas neaiškūs arba nepateikti, web atnaujinimo integracija nėra. Pavyzdinis socialinės medijos įrašas nepateiktas arba visiškai neatitinka užduoties tikslo.

9. Reikalavimai III kriterijui Tiekėjų ir jų specialistų atitikimas profesinių pajėgumu reikalavimams (P) detalizuoti lentelėje Nr. 3:

Lentelė Nr. 3

Eil. Nr.	Papildomi reikalavimai	Dokumentai ir informacija, kuriuos turi pateikti Tiekėjai, siekiantys įrodyti, kad jie atitinka keliamus papildomus reikalavimus
1.	<p>Tiekėjo už sutarties vykdymą skiriamų atsakingų kvalifikuotų specialistų papildoma darbo patirtis:</p> <p><u>Strateginis konsultantas/direktorius</u> per pastaruosius 2 metus yra įvykdęs ne mažiau kaip 3 sėkmingus skaitmeninės rinkodaros strategijos kūrimo internetinėje erdvėje projektus. Kurių kiekvienas projektas apima kelių kanalų (socialinės medijos, naujienlaiškiai, web, SEO, partnerystės su online žiniasklaida, ads ir t.t.) integraciją, krizinės komunikacijos valdymą, ir strateginio konsultavimo skaitmeninės rinkodaros klausimais paslaugas, kurių vertė kiekvieno atskirai – ne mažesnė nei 20.000,00 EUR be PVM.</p>	<p>Tiekėjo patvirtintas specialistų, kurie bus atsakingi už sutarties vykdymą, ir jų įvykdytų projektų sąrašas, parengtas pagal SPS 9 priedą.</p>
2.	<p>Tiekėjo už sutarties vykdymą skiriamų atsakingų kvalifikuotų specialistų papildoma darbo patirtis:</p> <p><u>Projektų vadovas</u> per pastaruosius 2 metus yra įvykdęs ne mažiau kaip 2 sėkmingus skaitmeninės rinkodaros projektus, kuriuose buvo atsakingas už projektų planavimą ir įgyvendinimą. Kiekvienas projektas turi apimti kelių kanalų (socialinės medijos, naujienlaiškiai, web, SEO, partnerystės su online žiniasklaida, ads ir pan.) integraciją, rezultatų analizę ir komunikacijos valdymą, kurių vertė kiekvieno atskirai – ne mažesnė nei 20 000,00 EUR be PVM.</p> <p><i>Papildomai, kandidatas turi būti įgyvendinęs bent vieną web atnaujinimo projektą (įskaitant UX/UI, turinio atnaujinimas, techninė priežiūra ir/ar SEO optimizavimas etc.) per pastaruosius 3 metus, kuris gali būti tiek vienas iš minėtų dviejų projektų, tiek atskiras trečias projektas.</i></p>	<p>Tiekėjo patvirtintas specialistų, kurie bus atsakingi už sutarties vykdymą, ir jų įvykdytų projektų sąrašas, parengtas pagal SPS 9 priedą.</p>
3.	<p>Tiekėjas turi ne trumpesnę nei 6 mėnesių skaitmeninės rinkodaros projektų vykdymo ir</p>	<p>Tiekėjo atliktų prekės ženklui, produktui ar paslaugai iš atsinaujinančių energetinių išteklių</p>

valdymo su prekės ženklu, produktu ar paslauga iš atsinaujinančių energetinių išteklių srities (biokuro (skiedros ar granulės) produktas/paslauga privalumas).	srities projektų/darbų sąrašas parengtas pagal SPS 10 priedą, kuriame turi būti nurodyta visa reikalaujama informacija.
--	---

9.1. Ekspertai už III kriterijų Tiekėjų ir jų specialistų atitikimas profesinių pajėgumų reikalavimams (P) balus suteiks remiantis lentelėje Nr. 4 pateiktu aprašymu:

Lentelė Nr. 4

Eil. Nr.	Papildomi reikalavimai	Balai	Vertinimo kriterijai
1.	<p>Tiekėjo už sutarties vykdymą skiriamų atsakingų kvalifikuotų specialistų darbo patirtis:</p> <p><u>Strateginis konsultantas/direktorius</u> per pastaruosius 2 metus yra įvykdęs ne mažiau kaip 3 sėkmingus skaitmeninės rinkodaros strategijos kūrimo internetinėje erdvėje projektus. Kurių kiekvienas projektas apima kelių kanalų (socialinės medijos, naujienlaiškiai, web, SEO, partnerystės su online žiniasklaida, ads ir t.t.) integraciją, krizinės komunikacijos valdymą, ir strateginio konsultavimo skaitmeninės rinkodaros klausimais paslaugas, kurių vertė kiekvieno atskirai – ne mažesnė nei 20.000,00 EUR be PVM.</p>	1 balas už kiekvieną kriterijų atitinkantį papildomą projektą, bet ne daugiau negu 5	<p>Vertinama specialistų patirtis, remiantis informacija pateikta SPS 9 priede, skaičiuojant specialistų papildomus įvykdytus projektus, kuriose specialistai dalyvavo atlikdami reikalaujamas funkcijas, įrodančias didesnę specialistų patirtį negu nurodyta kvalifikacijos reikalavimuose SPS 3.1 punkto lentelėje Nr. 2.</p> <p>Vertinama didesnė patirtis tų specialistų, kurie atitinka kvalifikacijos reikalavimus, nurodytus SPS 3.1 punkto lentelėje Nr. 2. Už kiekvieno specialisto kiekvieną papildomą projektą, atitinkančią “Tiekėjų ir jų specialistų atitikimas profesinių pajėgumų reikalavimams (P)” keliamą reikalavimą skiriama po 1 balą. Už 5 ir daugiau specialisto projektus, kurios atitiko keliamus reikalavimus skiriama maksimali balų suma – 5 balai.</p> <p>Jeigu siūlomas daugiau negu vienas specialistas, vertinamo pasiūlymo specialisto patirtis (P) – mažiausią patirtį turinčio specialisto iš visų siūlomų specialistų, nurodytų tiekėjo pateiktame sąraše (SPS 9 priede), patirtis.</p>
2.	<p>Tiekėjo už sutarties vykdymą skiriamų atsakingų kvalifikuotų specialistų darbo patirtis:</p> <p><u>Projektų vadovas</u> per pastaruosius 2 metus yra įvykdęs ne mažiau kaip 2 sėkmingus skaitmeninės rinkodaros projektus, kuriuose buvo atsakingas už projektų planavimą ir įgyvendinimą. Kiekvienas projektas turi apimti kelių kanalų (socialinės medijos, naujienlaiškiai, web, SEO, partnerystės su online žiniasklaida, ads ir pan.) integraciją, rezultatų analizę ir</p>		

	<p><i>komunikacijos valdymą, kurių vertė kiekvieno atskirai – ne mažesnė nei 20 000,00 EUR be PVM.</i></p> <p><i>Papildomai, kandidatas turi būti įgyvendinęs bent vieną web atnaujinimo projektą (pvz., UX/UI, turinio atnaujinimas, techninė priežiūra ir/ar SEO optimizavimas) per pastaruosius 3 metus, kuris gali būti tiek vienas iš minėtų dviejų projektų, tiek atskiras trečias projektas.</i></p>		
3.	<p>Tiekėjas turi ne trumpesnę nei 6 mėnesių skaitmeninės rinkodaros projektų vykdymo ir valdymo patirtį su prekės ženklu, produktu ar paslauga iš atsinaujinančių energetinių išteklių srities (biokuro rūšies (skiedros ar granulės) produktas/paslauga privalumas).</p>	5	<p>Suteikiama, jeigu tiekėjas turi 6 ar daugiau mėnesių skaitmeninės rinkodaros projektų vykdymo ir valdymo patirtį su biokuro rūšies (skiedros ar granulės) produktu ar paslauga.</p>
		3	<p>Suteikiama, jeigu tiekėjas turi 6 ar daugiau mėnesių skaitmeninės rinkodaros projektų vykdymo ir valdymo patirtį su prekės ženklu, produktu ar paslauga iš atsinaujinančių energetinių išteklių srities kitos negu biokuro rūšies (skiedros ar granulės) produktas ir/ar paslauga.</p>
		0	<p>Suteikiama, jeigu tiekėjas neturi patirties arba turi trumpesnę negu 6 mėnesių skaitmeninės rinkodaros projektų vykdymo ir valdymo patirtį su prekės ženklu, produktu ar paslauga iš atsinaujinančių energetinių išteklių srities (biokuro rūšies (skiedros ar granulės) produktas/paslauga privalumas).</p>