

Pateikiame atsakymus į tiekėjų klausimus vykdant pirkimą „(VPP-875) KŪRYBOS IR DIZAINO PASLAUGOS“ pirkimo CVP IS ID 7932165 (toliau – Pirkimas):

Eil. Nr.	KLAUSIMAS	ATSAKYMAS
1.	Užduotyje prašoma sukurti apmokamos praktikos kampanijos koncepciją specifiškai „EPSO-G“ ir „Amber Grid“? Ar bus siūloma atlikti praktiką ir „EPSO-G“ grupės valdančiojoje bendrovėje ar tik kitose grupės įmonėse? Ar „EPSO-G“ pavadinimas turi būti minimas pristatant praktikos galimybę „Amber Grid“ ar kitose grupės įmonėse?	Užduoties objektas – apmokamos praktikos kampanijos koncepcija visai EPSO-G įmonių grupei. Kampanija turėtų būti kuriama Grupei, numatant galimybę ją adaptuoti atskiroms Grupės įmonėms, įskaitant AB „Amber Grid“. Vertindami pasiūlymus tikimės matyti, kaip kūrybinė idėja veiktų tiek Grupės, tiek atskirų įmonių komunikacijoje. Konkretų šių lygmenų santykį ir sprendimo modelį tiekėjas gali pasiūlyti savo nuožiūra.
2.	Kokie yra ankstesnių apmokamos praktikos viešinimo kampanijų rezultatai? Ar sunku pritraukti studentus apmokamai praktikai? Kas stabdo/motyvuoja jus rinktis praktiką „EPSO-G grupėje“?	Užduoties tikslas – įvertinti Tiekėjo gebėjimą savarankiškai parengti kūrybinę koncepciją, remiantis pirkimo dokumentuose pateikta informacija, viešai prieinamais duomenimis, rinkos įžvalgomis ir profesine patirtimi. Tiekėjas gali pats suformuluoti prielaidas dėl studentų motyvacijos ir praktikos pasirinkimą lemiančių veiksnių.
3.	Kurias įmones ir sektorius laikote pagrindiniais konkurentais pritraukiant praktikantus?	Perkančioji organizacija neišskiria konkrečių konkurentų praktikantų pritraukimo srityje. Rengdamas pasiūlymą, Tiekėjas gali remtis savo rinkos, darbdavio įvaizdžio ir tikslinės auditorijos analize bei savarankiškai identifikuoti organizacijas, kurios, jo vertinimu, konkuruoja dėl studentų dėmesio ir talentų pritraukimo. Šios įžvalgos gali būti naudojamos formuojant kūrybinę koncepciją ir komunikacijos sprendimus.
4.	Kokie yra apmokamos praktikos „EPSO-G“ grupėje atlygio režiai? Kiek atlygis konkurencingas lyginant su apmokama praktika privataus kapitalo įmonėse, pvz. „Teltonika“ įmonių grupėje?	Konkrečių apmokamos praktikos atlygio dydžių Perkančioji organizacija neteikia, nes jie nėra šios užduoties vertinimo objektas. Vertinant pasiūlymus nebus tikrinamas ar vertinamas konkrečių atlygio dydžių pateikimas, jų analizė ar palyginimas su rinkos praktika. Užduoties tikslas – įvertinti Tiekėjo siūlomą kūrybinę koncepciją ir komunikacijos sprendimus.
5.	Kuo „EPSO-G“ grupės apmokama praktika objektyviai skiriasi nuo kitų darbdavių praktikų?	Perkančioji organizacija papildomo išskirtinumų sąrašo neteikia. Tiekėjas kviečiamas savarankiškai susipažinti su pirkimo dokumentuose ir viešai prieinamuose šaltiniuose pateikta informacija apie EPSO-G grupę bei, remdamasis savo profesine patirtimi,

		identifikuoti ir pasiūlyti stipriausias Grupės vertes bei išskirtinumus, kurie galėtų būti aktualūs tikslinei auditorijai.
6.	Kokia papildoma Informacija turi būti pateikiama kampanijos vizualinių sprendimų pavyzdžiuose (skaitmeninis baneris, TV ekranų vizualas ir pan.)? Kur jie turėtų vesti, kur bus pateikiama papildoma informacija?	Perkančioji organizacija nenustato privalomos papildomos informacijos apimtys vizualiniuose sprendimuose. Tiekėjas pats sprendžia, kokia informacija yra reikalinga kūrybinei koncepcijai pristatyti. Vertinama bus kūrybinė idėja ir jos pagrindimas, o ne pateikiamos informacijos kiekis. Perkančioji organizacija nenustato privalomo nukreipimo sprendimo. Tiekėjas gali numatyti nukreipimą į karjeros svetainę (https://karjera.epsog.lt/) ar kitą informacijos šaltinį, kuris, jo vertinimu, geriausiai atitinka siūlomą kūrybinę koncepciją ir kampanijos tikslus. Konkretus nukreipimo pasirinkimas nebus vertinamas kaip atskiras kriterijus.
7.	Kokia yra užduoties B2 animacijos pagrindinė paskirtis (pvz. paaiškinti kaip pateikti paraišką; paaiškinti kaip vyksta praktikantų atranka ir kitą techninę informaciją; paaiškinti apie karjeros galimybes „EPSO-G“ grupės įmonėse; paaiškinti praktikos pobūdį, pristatyti grupės įmones, kita)?	Animacijos tikslas – sudominti tikslinę auditoriją apmokamos praktikos galimybėmis EPSO-G grupės įmonėse ir stiprinti Grupės darbdavio įvaizdį. Perkančioji organizacija nenustato konkrečios komunikacijos krypties. Tiekėjas kviečiamas savarankiškai parinkti ir pagrįsti komunikacijos sprendimą, kuris, jo vertinimu, geriausiai atskleidžia praktikos vertę bei padeda pasiekti užduoties tikslus.
8.	Klausimas - kvalifikaciniuose reikalavimuose minimas KŪRYBOS VADOVAS - ar galima teikti kitą darbuotoją/ specialistą, kuris atlieka minimas kūrybos vadovo funkcijas tiekėjo organizacijoje? Pastarieji metai rinkoje diktuoja tai, kad nemažoje dalyje agentūrų kūrybos vadovo funkcijos atliekamos ir dalinamos per keletą kvalifikuotų specialistų, kitaip tariant kompetencijos yra dalinamos per didžiausią kvalifikaciją turinčius specialistus/ darbuotojus, atsižvelgiant į kiekvieno kliento, kaip paslaugos pirkėjo, poreikį ir krepšelį, bei perkamas paslaugas.	Taip. Tiekėjas gali siūlyti kitos pareigybės specialistą, jeigu jo kompetencijos, profesinė patirtis ir vykdytos funkcijos atitinka kūrybos vadovui keliamus reikalavimus. Vertinama bus faktinė specialisto kvalifikacija ir patirtis, o ne pareigybės pavadinimas.
9.	6.1.1. Tiekėjas turi parengti apmokamos praktikos kampanijos koncepciją naujosios energetikos grupei „EPSO-G“ ir AB „Amber Grid“. Klausimai: ar parengtoje koncepcijoje grafiškai turi būti atvaizduojami abiejų įmonių logotipai? ar turime naudotis tik EPSO-G grafinais	Užduoties tikslas – sukurti apmokamos praktikos kampanijos koncepciją, kuri būtų pritaikoma tiek bendrai EPSO-G grupės komunikacijai, tiek atskirų Grupės įmonių, įskaitant AB „Amber Grid“, komunikacijai. Todėl Tiekėjas neprivalo viename vizualiniame sprendime naudoti tiek EPSO-G, tiek AB „Amber Grid“ logotipų, jeigu pasiūlyta kūrybinė koncepcija aiškiai parodo jos pritaikomumą

	elementais, logotipu iš vizualinio identiteto ir aiškinamojoje dalyje paaiškinti, kaip kampaniją galima pritaikyti AB „Amber Grid“ ir visoms kitoms išvardintoms grupės įmonėms?	Grupės ir (ar) atskirų Grupės įmonių komunikacijai. EPSO-G grupės įmonės naudoja vieningą Grupės vizualinio identiteto vadovą, todėl rengiant užduotį rekomenduojama vadovautis EPSO-G grupės vizualinio identiteto vadovu ir jame pateiktais vizualiniais principais bei grafiniais elementais. Tiekėjas gali pasirinkti kūrybinį sprendimą, kuriame naudojamas bendras EPSO-G grupės identitetas, kartu paaiškinant, kaip koncepcija būtų taikoma atskirų Grupės įmonių komunikacijoje. Vertinant užduotį bus atsižvelgiama ar pasiūlyta koncepcija yra vientisa, įgyvendinama ir pritaikoma tiek EPSO-G grupės, tiek atskirų Grupės įmonių komunikacijai.
--	---	---