



Fabryka Broni „Łucznik”- Radom
spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

ul. Grobickiego 23, 26-617 Radom
tel.: 48 389 91 00, fax: 48 389 93 34
e-mail: sekretariat@fabrykabroni.pl
www.fabrykabroni.pl

NCAGE 0240H



ISO 9001:2008
AQAP 2110:2009
AQAP 2105:2009

Radom, dn. 22 marca 2018

Pytania i odpowiedzi do postępowania nr P/30/HM/2018

W nawiązaniu do postępowania nr P/30/HM/2018 na wykonanie strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej, zgodnie z punktem XIII.2 przesyłamy odpowiedzi na pytania skierowane do Zamawiającego, które wpłynęły w dniach 20-21.03.2018 r.

PYTANIE:

1. W preambule zapytania ofertowego jest mowa o strategii i kampanii reklamowej dla marki i **produktów** Zamawiającego. W rozdziale VII pkt. 9 ust. 3 jest mowa o strategii i kampanii marki i **produktu**. Czy zatem kampania ma dotyczyć wszystkich produktów FB na rynek cywilny, czy tylko jednego produktu – karabinka GROT?

ODPOWIEDŹ:

Kampania ma dotyczyć wszystkich produktów Fabryki Broni na rynek cywilny z naciskiem na karabinek MSBS GROT.

PYTANIE:

2. W odpowiedzi na pytanie nr 5 znajduje się informacja, że spot TV nie będzie emitowany w telewizji. W propozycji umowy, którą obligatoryjnie należy parafować, w par. 2. pkt.1 jest mowa o stacjach telewizyjnych jako kanałach komunikacji. Czy zatem treść umowy nie stoi w sprzeczności z udzieloną odpowiedzią? Która wersja jest obowiązująca?

ODPOWIEDŹ:

Do postępowania na wykonanie kampanii reklamowej został dołączony dokument pt. *Wzór umowy*, w związku z postanowieniem o braku emisji materiałów w telewizji, przed podpisaniem umowy z wybranym Wykonawcą, powyższe zapisy zostaną usunięte.

PYTANIE:

3. Czy będzie możliwe nakręcenie ujęć w halach produkcyjnych i biurze konstrukcyjnym FB?

ODPOWIEDŹ:

Tak.

członek zarządu: Maciej Borecki

prezes zarządu: Adam Suliga



Fabryka Broni „Łucznik”- Radom
spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

ul. Grobickiego 23, 26-617 Radom
tel.: 48 389 91 00, fax: 48 389 93 34
e-mail: sekretariat@fabrykabroni.pl
www.fabrykabroni.pl

NCAGE 0240H



ISO 9001:2008
AQAP 2110:2009
AQAP 2105:2009

PYTANIE:

4. Pytanie do tego postępowania mam takie: w opisie przedmiotu zamówienia jest mowa o kampanii, która winna być stworzona dla marki Zamawiającego i produktów przeznaczonych na rynek cywilny. W załączniku nr 1 w sekcji Background można znaleźć zdanie, że „zadaniem FB, a tym samym przygotowywanej kampanii jest przekonanie nabywców do zakupu jej wyrobów”. Który zatem cel jest pierwszoplanowy i nadrzędny: budowa wizerunku FB i produktów, czy wsparcie sprzedaży?

ODPOWIEDŹ:

Kampania reklamowa powinna być stworzona dla marki Zamawiającego i produktów przeznaczonych na rynek cywilny, co pozwoli na dotarcie do szerszej grupy docelowej, a tym samym zachęci nabywców do zakupu wyrobów Fabryki Broni.

KIEROWNIK
Działu Handlu i Marketingu
Seweryn Figurski

członek zarządu: Maciej Borecki

prezes zarządu: Adam Suliga