

VAS "Latvijas dzelzceļš"  
sarunu procedūras ar publikāciju "Drošība dzelzceļa tuvumā"

SKAIDROJUMS Nr.1

Nr. p.k.	Jautājums	Atbilde
1.	Vai un kādā veidā tiks mērīti iepirkuma 2. pielikumā norādītie kampaņas mērķi?	Kampaņas mērķi tiks mērīti ar pētījumiem, kuru izpildi nodrošina VAS "Latvijas dzelzceļš".
2.	Vai 2. pielikumā norādītās situācijas apraksts uz šo brīdi ir pēdējā informācija? Vai ir veikti vēl papildus pētījumi, gan saistībā ar negadījumu statistiku, gan cēloņiem? Vai ir veikti kādi papildus pētījumi par Latvijas dzelzceļa tēlu? Ja šādi pētījumi vai atjaunota informācija ir pieejama, vai būtu iespēja ar to iepazīties?	Situācijas aprakstā ir ietverta aktuālā informācija un statistika.
3.	Vai iepirkuma ietvaros pretendents var piedāvāt arī būtiskākas izmaiņas, ar to saprotot, dizaina, kopējā lapas satura un/vai domēna nosaukuma izmaiņas, informatīvajai platformai <a href="http://www.dzirdredzidzivo.lv">www.dzirdredzidzivo.lv</a> , lai veicinātu un veidotu Latvijas dzelzceļa zīmola atpazīstamību? Ja šāda izmaiņa ir pieļaujama, kurai pusei būtu jānodrošina tehniskais izpildījums un informācijas publicēšana?	Pretendents var piedāvāt būtiskas izmaiņas kopējā mājaslapas saturā un struktūrā, bet ne dizaina un domēna maiņu. Iesakām uz to nekoncentrēties.
4.	Lai sagatavotu pēc iespējas labāku risinājumu, vēlējamies lūgt Jums atsūtīt Specifikācijā minētos līdz šim realizēto pēckampaņu pētījumu rezultātus, vizuālos, audio un video materiālus elektroniskā formātā.	Sakarā ar to, ka pieprasītā informācija nav vispārzināma un publiskojama, tā pēc atsevišķa pieprasījuma (tiks) nosūtīta katram pretendenta individuāli.
5.	Vai ir iespējams dabūt pilnu LDz zīmola vadlīniju grāmatu?	Sakarā ar to, ka pieprasītā informācija nav vispārzināma un publiskojama, tā pēc atsevišķa pieprasījuma (tiks) nosūtīta katram pretendenta individuāli.
6.	Kā saprotu no nolikuma, budžeta piedāvājumā nav jāiekļauj mēdiju izvietojuma/ pirkšanas izmaksas?	Jā, esat sapratuši pareizi.
7.	Vai ir iespējams iegūt plašāku informāciju par LDz logo/zīmolu un to stāstu?	Sakarā ar to, ka pieprasītā informācija nav vispārzināma un publiskojama, tā pēc atsevišķa

		pieprasījuma (tik) nosūtīta katram pretendentsam individuāli.
8.	Vai varat, lūdzu, padalīties ar realizēto pēckampaņu pētījumu rezultātiem, vizuālajiem, audio un video materiāli, kas minēti ieguvei pēc pieprasījuma nolikumā?	Sakarā ar to, ka pieprasītā informācija nav vispārzināma un publiskojama, tā pēc atsevišķa pieprasījuma (tik) nosūtīta katram pretendentsam individuāli.
9.	Vai LDz plānojis piedalīties kā sponsors festivālā "Lampa"?	Nē, neplāno.
10.	Vai pareizi saprotam norādi par reklāmas izvietojumu - to pilnībā nodrošina LDz mediju aģentūra, iekļaujot reklāmas izvietojuma plānu (kanālu atlasu, tārgetāciju, apjomu, budžetu u.tml.)? Šī iepirkuma pretendents pārziņā ir radošā koncepcija, visu reklāmas materiālu izstrāde, PR aktivitāšu kanālu atlase u.tml., pareizi?	Jā, esat sapratuši pareizi.
	Lai varam precīzi saplānot vizuālu izstrādes izmaksas, vai ir pieejamas kādas vismaz orientējošas aplēses par kampaņas galvenā vizuāla adaptāciju apjomu (reklāmas izvietojumu un līdz ar to formātu apjomu kontrolē mediju aģentūra)?	Jā, reklāmas izvietojumu un formātu apjomu nosaka mediju aģentūra sadarbībā ar LDz un izejot no kampaņas radošā risinājuma. Izvērtējot iepriekš realizētās kampaņas, orientējoši tika veiktas šādas adaptācijas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Audio klips –viens formāts divās valodās;</li> <li>• Video klips - tika pielāgots vidēji 7 formātos divās valodās;</li> <li>• Baneris - tika pielāgots vairāk nekā 25 formātos lielākoties latviešu valodā, taču atsevišķs skaits tika veidots arī krievu valodā;</li> <li>• Vizuālis - tika pielāgots vidēji 7 formātos lielākoties latviešu valodā, taču atsevišķs skaits tika veidoti arī krievu valodā.</li> </ul>