

ZAPYTANIE O INFORMACJĘ (RFI – REQUEST FOR INFORMATION) W KATEGORII MEDIA:

Celem niniejszego dokumentu jest zebranie aktualnych informacji na temat Agencji Mediowej, jej doświadczeniu, zapleczu i specjalizacji.

CZĘŚĆ A: INFORMACJE KONTAKTOWE:

1	Pełna nazwa firmy:	
2	Adres firmy:	
3	Adres strony www:	
4	Numery NIP, REGON i KRS:	
5	Dedykowana osoba do kontaktu z Agencją Mediową (stanowisko / mail / telefon komórkowy):	
6	Osoby zarządzające (proszę podać nazwiska, stanowiska, kontakt)	

CZĘŚĆ B: INFORMACJE O AGENCJI MEDIOWEJ:

7	Rok założenia firmy:	
8	Kapitał i struktura własnościowa oraz spółka matka i spółki zależne (jeśli istnieją):	
9	Wysokość ubezpieczenia działalności OC (jeśli istnieje):	
10	Przychody ogółem - 3 ostatnie lata	
11	Zysk i strata - 3 ostatnie lata	
12	Liczba zatrudnionych pracowników w pełnym wymiarze godzin / współpracowników - 3 ostatnie lata	
13	Struktura organizacyjna: zarząd, kierownictwo oraz kluczowi pracownicy. Prosimy o wskazanie liczby osób w poszczególnych działach:	
14	Specjalizacja: zakres działalności i posiadanych przez zespół kompetencji, ze wskazaniem 3 kluczowych kompetencji .	
15	Opisz krótko swoje USP (unique selling proposition) i swoją misję. Jaka jest ogólna filozofia Twojej Agencji Mediowej?	
16	Opisz krótko obszar kompetencji i przewagi Twojej Agencji Mediowej. Czym różni się Twoja Agencja Mediowa od innych? Jaka jest Twoja przewaga konkurencyjna?	

ZAPYTANIE O INFORMACJĘ (RFI – REQUEST FOR INFORMATION)

W KATEGORII MEDIA:

17	Jaki jest Twój udział w rynku Agencji Mediowych (procentowo) dla następujących mediów: TV, prasa, OOH, kino, radio, Internet?	
18	Jak postrzegasz swoją pozycję na rynku?	
19	Kierunek rozwoju firmy na najbliższe 2-3 lata.	
20	Główni, aktualni Klienci ze wskazaniem: - wszystkich obsługiwanych Reklamodawców (którzy mogą być ujawnieni, zgodnie z podpisanymi kontraktami) - zakresu usług/prac realizowanych dla marki, - top 5 największych Klientów bez nazw: prosimy podać udział % sprzedaży w sprzedaży ogółem dla 5 największych Klientów (bez nazw tych Reklamodawców).	
21	Podaj udział procentowy lokalnych i międzynarodowych Klientów w Twoim portfolio.	
22	Aktualni Klienci Agencji Mediowej, którzy mogą stanowić konkurencję dla Reklamodawcy - organizatora niniejszego Zapytania o Informację:	
23	Opisz swoje procedury postępowania / współpracy, kiedy pracujesz w tym samym czasie dla marek będących dla siebie konkurencją.	
24	Kopie aktualnych referencji (ostatnie 3 lata, włączając obecny rok) – prosimy o dołączenie ich do odpowiedzi na niniejszy formularz.	
25	Klienci utraceni - 2 ostatnie lata:	
26	Klienci pozyskani - 2 ostatnie lata:	
27	Nagrody otrzymane w 2 ostatnich latach - prosimy o podanie nagrodzonych prac w następujący sposób: - nazwa i krótki opis nagrody, kategoria, - ewent. link www do prezentacji nagrodzonych działań.	
28	Osiągnięcia w 2 ostatnich latach:	
29	Inne informacje na temat Agencji Mediowej, które uznasz za istotne:	

CZĘŚĆ C: DOŚWIADCZENIE I ZAPLECZE AGENCJI MEDIOWEJ (ISTOTNE DLA EWENT. WSPÓŁPRACY Z KLIENTEM)

30	Informacje o doświadczeniu Agencji Mediowej w następującym sektorze rynku _____ określa Klient, np. farmacja, usługi, motoryzacja. Prosimy podać 2-3 przykłady doświadczeń / osiągnięć adekwatnych i ważnych dla ewentualnej współpracy z Klientem (organizatorem tego Zapytania o Informację). Prosimy o krótką prezentację / opis działań (kampanii lub projektu), który uważasz za swoje ważne osiągnięcie i realizację założeń marki. Sugerowany schemat opisu: punkt wyjścia, cele, sposób realizacji i osiągnięte efekty.	
----	---	--

**ZAPYTANIE O INFORMACJĘ (RFI – REQUEST FOR INFORMATION)
W KATEGORII MEDIA:**

<p>31 Doświadczenie Agencji Mediowej w innym sektorze rynku niż podany powyżej. Prosimy o krótką prezentację /opis kampanii lub projektu, który uważasz za swoje ważne osiągnięcie i realizację założeń marki. Sugerowany schemat opisu: punkt wyjścia, cele, sposób realizacji i osiągnięte efekty.</p>	
<p>32 Know-how Agencji Mediowej oraz posiadane narzędzia wpływające na efektywność w zakresie strategii, planowania i zakupu mediów. Prosimy o krótką prezentację i/lub opis procesów, stosowanych narzędzi.</p>	
<p>33 Z jakich narzędzi korzystasz, by zapewnić jakość mediów? Jak porównujesz jakość w poszczególnych mediach?</p>	
<p>34 Jakie autorskie, unikalne narzędzia mediowe wykorzystujesz i jaką dodatkową wartość oferują Klientom?</p>	
<p>35 Dostępność Agencji Mediowej w ewentualnym procesie przetargowym Klienta i/lub współpracy zgodnie z następującym harmonogramem:</p>	<p>1 ewentualny. proces przetargowy w terminach _____</p> <p>określa Klient</p> <p>2 start ewentualnej współpracy _____</p> <p>określa Klient</p>
<p>36 ODPOWIEDŹ NA NINIEJSZY FORMULARZ PROSIMY ODESŁAĆ:</p>	<p>DO DNIA _____</p> <p>określa Klient</p> <p>NA ADRES E-MAIL _____</p> <p>określa Klient</p>
<p>37 DANE KONTAKTOWE OSÓB ZE STRONY KLIENTA W PRZYPADKU PYTAŃ DO NINIEJSZEGO FORMULARZA:</p>	<p>_____</p> <p>określa Klient</p>
<p>38 OCZEKIWANA FORMA ODPOWIEDZI NA NINIEJSZY FORMULARZ: np. 1. wypełniony niniejszy dokument w postaci plik xls oraz 2. prezentacja PDF maksymalnie do 20 slajdów w odpowiedzi na pytania wymagające zaprezentowania prac i doświadczenia Agencji Mediowej.</p>	<p>_____</p> <p>określa Klient</p>

KONIEC DOKUMENTU