

Zapytanie ofertowe

w zakresie wyboru agencji marketingowej do obsługi marketingowej w tym kampanii digital oraz influencer marketingu dla Grupy Kapitałowej PHH

I. ZAMAWIAJĄCY

Polski Holding Hotelowy Sp. z o.o.
ul. Komitetu Obrony Robotników 39G, 02-148 Warszawa
NIP: 522 24 82 605, REGON: 016046030, KRS: 0000047774

Zaprasza do udziału w postępowaniu, dla którego nie stosuje się ustawy Prawo zamówień publicznych z 11 września 2019 roku.

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Zakres ogólny zamówienia:

Zapytanie obejmuje usługi marketingowe w zakresie planowania, realizacji i optymalizacji działań digital oraz współpracy z influencerami – wraz z analityką i raportowaniem.

Zakres szczegółowy zamówienia:

2.1. Performance Marketing i Digital Ads

- Planowanie i realizacja kampanii digital marketingowych:
 - o Google Ads (Search, Display, YouTube),
 - o Meta Ads (Facebook, Instagram),
 - o LinkedIn Ads, TikTok Ads,
 - o remarketing, retargeting, kampanie PPC i programmatic.
- Optymalizacja kampanii pod kątem KPI (ROAS, konwersja, CPC, CPM, CTR).
- Przygotowanie kreacji i treści reklamowych do kanałów digital.

2.2. SEO i Content Marketing

- Audyt i optymalizacja stron pod kątem SEO technicznego i treściowego.
- Budowa strategii SEO (słowa kluczowe, content plan, blog hotelowy).
- Link building i działania off-site.
- Lokalne SEO – optymalizacja wizytówek hoteli (Google Maps, Tripadvisor).

2.3. Email Marketing i CRM

- Tworzenie i prowadzenie kampanii e-mail marketingowych:
 - o newslettery dla klientów indywidualnych i biznesowych,
 - o automatyzacje (welcome series, abandoned booking, post-stay follow-up).
- Wsparcie w integracji i konfiguracji narzędzi CRM (HubSpot, Salesmanago, inne).

2.4. Analityka i raportowanie

- Implementacja i konfiguracja narzędzi: GA4, GTM, Hotjar, Meta Pixel, konwersje Google Ads.
- Miesięczne raportowanie wyników kampanii i działań digital (dashboards + analizy).
- Rekomendacje optymalizacji na podstawie danych (data-driven marketing).

2.5. Współpraca z Influencerami i Twórcami Internetowymi

- Dobór influencerów zgodnie z grupami docelowymi marek hotelowych (mikro-, makro-, lifestyle, podróżniczy, kulinarny, biznesowy).

- Przygotowanie koncepcji kampanii influencer marketingowych (cele, przekaz, KPI, harmonogram).
- Negocjacje, koordynacja i nadzór nad realizacją współprac (briefy, umowy, kontrola publikacji).
- Monitorowanie efektów i raportowanie wyników kampanii (zasięg, zaangażowanie, konwersje, sentyment).
- Współpraca z influencerami podczas wydarzeń offline, sesji zdjęciowych i akcji specjalnych.

III. TERMIN REALIZACJI

1. Planowany termin podpisania umowy – po przeprowadzonym postępowaniu.
2. Planowany Termin realizacji przedmiotu zamówienia:
Dwa lata od dnia podpisania umowy

IV. WYMAGANIA FORMALNE, MERYTORYCZNE I HANDLOWE

4.1 Wymogi techniczne i formalne:

- Przeniesienie pełni majątkowych praw autorskich do wszystkich materiałów,
- Realizacja kampanii digital na kontach Zamawiającego

4.2 Dopuszczenie wykonawców do ubiegania się o udzielenie zamówienia.

O udzielenie Zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:

- posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień;
- znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia;
- nie podlegają wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia;
- spełniają warunki udziału w postępowaniu określone w Załączniku nr 1- Opis Przedmiotu Zamówienia.

4.2 Odrzuceniu podlega oferta, która:

- będzie złożona na zmodyfikowanym formularzu innym niż załączony przez Zamawiającego- Załącznik nr 2 – Formularz oferty;
- nie spełnia wymagań określonych w niniejszym zapytaniu ofertowym;
- zawiera błędy w obliczeniu ceny powodujące istotne zmiany w treści oferty;
- zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia;
- zawiera omyłki polegające na niezgodności z wymaganiami Zamawiającego, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty, na których poprawienie Wykonawca, w wyznaczonym terminie, nie wyraził zgody;
- została złożona przez Wykonawcę podlegającego wykluczeniu z udziału w postępowaniu;
- została złożona przez Wykonawcę nie spełniającego warunków udziału w postępowaniu;
- jest nieważna na podstawie odrębnych przepisów;

4.3 W przypadku niedostarczenia przez Wykonawców dokumentów i oświadczeń potwierdzających spełnianie warunków udziału oraz niepodlegania wykluczeniu w postępowaniu, Zamawiający może wyznaczyć dodatkowy termin w celu ich uzupełnienia, ale powinny być one złożone wraz z ofertą.

V. INFORMACJE O WYMAGANYCH OŚWIADCZENIACH I DOKUMENTACH

Zamawiający wymaga złożenia wypełnionych i podpisanych przez osobę upoważnioną kwalifikowanym podpisem elektronicznym dokumentów:

- Załącznik nr 2 - Formularz oferty w formie pliku pdf - portfolio – z informacją o firmie w tym zespół dedykowany do obsługi Zamawiającego, uzyskane nagrody i wyróżnienia, doświadczenie – opis

przykładowych zrealizowanych kampanii wraz z celami i osiągniętymi wynikami, w tym w szczególności kampanii w branży hotelowej

- Załącznik nr 3 Arkusz cenowy – plik excel i pdf, realizacje ze wskazaniem dla branży hotelowej

- Zadania konkursowe

-dokument potwierdzający, że Wykonawca jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności związanej z przedmiotem zamówienia na sumę gwarancyjną określoną przez Zamawiającego w wysokości nie mniejszej niż 500 000 zł. W przypadku braku polisy w momencie przesłania Oferty możliwe jest przesłanie oświadczenia Oferenta, w którym zobowiązuje się do przedstawienia ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej na ww. sumę gwarancyjną przed podpisaniem umowy; takie oświadczenie powinno być podpisane przez osobę upoważnioną.

- pełnomocnictwo – jeżeli ofertę podpisują inne osoby niż wskazane w dokumencie rejestrowym do oferty należy dołączyć pełnomocnictwo (oryginał lub kopię poświadczoną notarialnie lub kopię poświadczoną za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę).

VI. KRYTERIA OCENY OFERT

Zamawiający zawrze umowę z Wykonawcą, który otrzyma najwyższą liczbę punktów przyznanych zgodnie z poniższymi kryteriami:

1. Cena całkowita (TCO) – 50 pkt

Ocenie podlega łączna cena oferty zgodnie z Arkuszem cenowym (m.in. miesięczny retainer + stawki jednostkowe na usługi: zarządzanie mediami, produkcje, influencer marketing, analityka dodatkowa).

Punkty w kryterium „Cena” oblicza się według wzoru:

(najniższa cena spośród ocenianych ofert / cena badanej oferty) × 50 pkt.

Jeżeli budżet mediowy zapewnia Zamawiający, do oceny przyjmuje się wyłącznie koszty usług Wykonawcy (bez budżetu mediowego).

2. Kompetencje zespołu i doświadczenie branżowe – 15 pkt

Ocenie podlega zespół dedykowany do realizacji zamówienia (min. role: Strategy/Digital Lead, Performance, SEO, CRM/Marketing Automation, Analityka, Social/Influencer, OOH – dopuszcza się łączenie ról).

Punktacja (0–15 pkt):

a) 0–6 pkt – udokumentowane doświadczenie w branżach: hotelowa/turystyczna/lifestyle (min. 3 studia przypadku z KPI),

b) 0–6 pkt – seniority i certyfikacje dla firmy (np. Google Ads/GA4/GMP, Meta, MA),

c) 0–3 pkt – referencje z podaniem osiągniętych wskaźników (np. ROAS, wzrost udziału sprzedaży bezpośredniej, organic sessions).

3. Zadania konkursowe – 35 pkt (próg minimalny: 20 pkt)

Oceniane łącznie według rubryk określonych w zadaniach konkursowych.

Zadania konkursowe

Charakter i forma

- Zadania mają charakter materiałów poglądowych, bez realizacji produkcyjnej i bez zakupu mediów.

- Dopuszczalne formaty: PDF/PPT/KEY + wizualizacje JPG/PNG; linki podglądowe (np. do wideo storyboardów) są dopuszczalne.
- Wykonawca zapewnia możliwość prezentacji podczas ewentualnego spotkania online.

Zadania:

1) Kampania wizerunkowa „Weekend w Polsce” (Search + Social + YouTube) – 25 pkt

a) Założenia: 3 miasta (np. Warszawa, Gdańsk, Kraków); cel – zachęcenie do krótkich weekendowych wyjazdów w Polsce; budżet 80 000 zł / 8 tyg. (na potrzeby koncepcji).

b) Wymagane:

- struktura Search (brand/non-brand, RSAs, podział tematyczny), Social (Meta/TikTok: prospecting/remarketing) i rola YouTube,
- plan testów A/B (nagłówki, CTA, assety, landing page),
- KPI i targety orientacyjne (ROAS, CPA, CVR) + plan optymalizacji tygodniowej,
- 2–3 makiety kreacji (statycz) + storyboard 6–10 s.

Ocena: **(0–25)**: 0–10 logika struktury i testów; 0–10 adekwatność KPI/budżetu; 0–5 jakość kreacji i spójność z marką.

2) Influencer – mini-kampania „Weekend w Polsce” – 10 pkt

a) Założenia: aktywacja u 2–3 mikro-influencerów (travel/lifestyle). Cel: zasięg + ruch na www z kodami śledzącymi.

b) Wymagane:

- dobór influencerów (profil, dane audience, formaty Reels/Stories/post, polityka oznaczeń #współpraca, klauzule prawne),
- mechanika śledzenia: UTM, kody zniżkowe,
- KPI: zasięg, wizyty, użycia kodów, opcjonalny soft-lift (ankieta).

Ocena **(0–10)**: 0–3 spójność koncepcji; 0–3 realność KPI i pomiaru; 0–4 jakość KV i doboru twórców.

Wytyczne ogólne do opracowań:

- Materiały muszą być możliwe do wdrożenia w realiach Zamawiającego (technicznie i budżetowo).
- Wykonawca oświadcza, że posiada prawa do zaprezentowanych materiałów lub korzysta z zasobów dozwolonych na etapie konkursowym.
- Zamawiający nie nabywa praw do materiałów konkursowych na etapie oceny.
- Zamawiający może żądać prezentacji i krótkiej sesji Q&A (online).

VII. ZASADY SKŁADANIA OFERT

- 7.1 Oferta musi być sporządzona zgodnie z wymogami określonymi w niniejszym Zapytaniu ofertowym.
- 7.2 Ofertę składa się pod rygorem nieważności na platformie zakupowej PHH- Open NEXUS w formie elektronicznej podpisanej kwalifikowanym podpisem elektronicznym.
- 7.3 Oferta musi zostać sporządzona w języku polskim
- 7.4 Wykonawca ma prawo złożyć tylko jedną ofertę podstawową wypełniając odpowiednio formularz oferty na platformie oraz formularz oferty Zamawiającego stanowiący Załącznik nr 2.
- 7.5 Oferta oraz oświadczenia złożone w postępowaniu winny być podpisane przez umocowanego/ych prawnie przedstawiciela/i Wykonawcy, upoważnionego/ych do podejmowania zobowiązań w jego imieniu, zgodnie z wpisem o reprezentacji w stosownym dokumencie uprawniającym do występowania w obrocie prawnym lub z udzielonym pełnomocnictwem. Pełnomocnictwo – w formie oryginału lub kopii poświadczonej notarialnie – lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez Wykonawcę powinno być dołączone do składanych dokumentów lub

niezwłocznie przekazane Zamawiającemu, jeżeli umocowanie nie wynika z innych dokumentów załączonych przez Wykonawcę. Złożone dokumenty należy podpisać kwalifikowanym podpisem elektronicznym.

- 7.6 Pozostałe wymagane dokumenty należy dołączyć jako załączniki do oferty w formie pliku w oryginale/kopii potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez podpisanie przez Wykonawcę podpisem elektronicznym kwalifikowanym.
- 7.7 Zamawiający będzie miał obowiązek udzielenia wyjaśnień do treści Zapytania ofertowego, jeżeli prośba o udzielenie wyjaśnień wpłynie do 3 dni roboczych przed terminem składania ofert.
- 7.8 Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami Zamawiający przekazuje na platformie zakupowej PHH Open NEXUS na stronie przedmiotowego postępowania do wiadomości wszystkich Oferentów, którzy biorą udział w postępowaniu, bez wskazania autora pytania.
- 7.9 Wszelkie zapytania do Zamawiającego należy kierować przez platformę zakupową PHH Open NEXUS poprzez kliknięcie: „Wyślij wiadomość do Zamawiającego”. Zamawiający zastrzega sobie prawo do udzielenia odpowiedzi tylko na zapytania, które wpłynęły do niego przez wiadomość na platformie zakupowej PHH.

VIII. TERMIN SKŁADANIA OFERTY

8.1 Składanie ofert nastąpi do dnia – 09/02/2026 r. do godz. 9:00 za pośrednictwem Platformy zakupowej PHH.

8.2 Otwarcie ofert nie jest jawne.

IX. UWAGI DODATKOWE

- 9.1 Zamawiający, w uzasadnionych przypadkach, w każdym czasie przed upływem terminu składania ofert może zmienić treść Zapytania ofertowego oraz przedłużyć termin składania ofert. W przypadku dokonania takich zmian, Zamawiający niezwłocznie poinformuje Wykonawców, którzy biorą udział w postępowaniu. Każda zmiana staje się wiążąca od chwili przekazania informacji o jej dokonaniu.
- 9.2 Zamawiający po dokonaniu oceny ofert pod kątem formalno-prawnym dopuszcza przeprowadzenie negocjacji handlowych i prawnych:
 - a) negocjacje mogą być przeprowadzone z Wykonawcami, którzy nie podlegają wykluczeniu i którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu i których oferty nie zostały odrzucone,
 - b) negocjacje mogą być przeprowadzone ze wszystkimi Wykonawcami, którzy złożyli oferty w postępowaniu z zastrzeżeniem pkt a) lub z Wykonawcą, który złożył najkorzystniejszą ofertę (lub jedyną ofertę),
 - c) o terminie i formie prowadzonych negocjacji Wykonawca zostanie powiadomiony przez Zamawiającego poprzez przekazanie zaproszenia do negocjacji,
 - d) negocjacje mogą zostać przeprowadzone w jednej lub kilku rundach negocjacyjnych,
 - e) oferta złożona w trakcie negocjacji nie może być mniej korzystna dla Zamawiającego niż oferta złożona w postępowaniu.
- 9.3 Zaproszenie do negocjacji nie oznacza wyboru oferty przez Zamawiającego.
- 9.4 Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia procedury bez udzielenia zamówienia na każdym jej etapie bez podania przyczyny, a Wykonawcy nie przysługują z tego tytułu żadne roszczenia.
- 9.6 Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.
- 9.7 W kwestiach nieuregulowanych w niniejszym Zaproszeniu stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego.
- 9.8 Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści Zaproszenia. Udzielone przez Zamawiającego Wyjaśnienia są wiążące dla Wykonawców.
- 9.9 Wykonawca pozostaje związany złożoną ofertą przez okres minimum 60 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
- 9.10 Wykonawca, składając ofertę akceptuje treść umowy, która jest załącznikiem do niniejszego zapytania. Wszystkie ewentualne uwagi do umowy mogą być zgłaszane w trybie zadawania pytań

do zamawiającego jednak nie muszą być uwzględnione przez zamawiającego w ostatecznej treści umowy.

- 9.11 Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
- 9.12 Wykonawca może przed upływem terminu do składania ofert zmienić lub wycofać ofertę.
- 9.14 W przypadku zmiany lub wycofania oferty należy ją opisać odpowiednio adnotacją: Oferta zmieniona albo Oferta wycofana.
- 9.13 W toku badania i oceny ofert Zamawiający może prosić Oferentów o dalsze informacje odnośnie treści złożonych ofert.
- 9.14 Informacje zawarte w niniejszym dokumencie są poufnymi danymi PHH i zostały podane wyłącznie w celu uzyskania odpowiedzi na zapytanie ofertowe.
- 9.15 Dokument oraz wszystkie jego kopie są własnością PHH. Zawartość ma charakter poufny i nie może być ujawniony osobom trzecim bez wcześniejszej zgody PHH.
- 9.16. Zamawiający zastrzega sobie prawo podpisania umowy z dwoma oferentami w ramach niniejszego postępowania oraz dodatkowo realizacji digitalowych kampanii marketingowych oraz działań SEM i SEO z dostawcą silników rezerwacji zaimplementowanych na stronach Zamawiającego.
- 9.17. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.

X. ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1 – Opis Przedmiotu Zamówienia;
Załącznik nr 2 – Formularz oferty;
Załącznik nr 3 – Arkusz cenowy;
Załącznik nr 4 – Klauzula informacyjna;
Załącznik nr 6 – Wzór umowy;
Załącznik nr 7 – Kodeks Postępowania Dostawców;
Załącznik nr 8 – Wykaz usług potwierdzający doświadczenie.