

**PYTANIA I ODPOWIEDZI Z DNIA 01.08.2022
do zapytania ofertowego NR 12/1.4/2022**

PYTANIE :

Oferent prosi o doprecyzowanie zadania w zapytaniu ofertowym:

Pytanie dotyczy zadania nr 2 i 3

Czy celem jest zaprojektowanie submarek w całości jako osobne marki, czy mają one być wydzielone na zasadzie: PATER + Home&Garden i PATER + Public np. za pomocą dopisków?

one być wydzielone na zasadzie: PATER + Home&Garden i PATER + Public np. za pomocą dopisków. Są to zupełnie inne podmioty mówiące do zupełnie innych grup odbiorców (B2B i B2C).

Czy zaprojektowanie identyfikacji wizualnej dotyczy marki Pater, czy wydzielonych submarek, a co za tym idzie czy celem jest zaprojektowanie identyfikacji wizualnej dla dwóch marek osobno?

Określenie DNA marki rozumiem jako wypracowanie wspólnego wyróżnika dla produktów oraz marki a konsekwencji marketingu. Marka musi odzwierciedlać to co jest cechą produktu i na odwrót. Co, według mojego rozumienia i praktyki oznacza konieczność zaprojektowania całościowego marki lub przynajmniej jej podmarek według wypracowanego DNA..

ODPOWIEDŹ :

Przedmiotem zapytania ofertowego jest wydzielenie dwóch submarek : Home&Garden oraz Public, które będą submarkami marki głównej.

Zaprojektowanie identyfikacji wizualnej (jak domniemam chodzi o punkt 2 przedmiotu zamówienia tj. katalogi produktowe, cenniki, wzorniki materiałów) dotyczy wydzielonych submarek. Celem jest zaprojektowanie ww. zakresu dla dwóch submarek osobno.

W nawiązaniu do projektu standardu design DNA, przedmiotem zamówienia jest określenie cech funkcjonalnych, stylistycznych w odniesieniu do produktów, które mają podkreślać jakość wyrobów i marki. Stworzenie nowej architektury marki jest odrębnym punktem (punkt 3 przedmiotu zamówienia) zapytania ofertowego.