

Mnumi Sp. z o. o.  
ul. Puławska 233/B5, 02-715 Warszawa  
NIP: 5213572556  
REGON: 142478480

Warszawa, 31.10.2014r.

## **Zapytanie ofertowe**

Mnumi Sp. z o. o., w związku z realizacją projektu „Eksport szansą na rozwój firmy Mnumi Sp. z o. o.” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Działania 6.1 „Paszport do eksportu”, składa zapytanie ofertowe dotyczące wykonania części usług niezbędnych do realizacji projektu.

### **1. Informacje na temat zamawiającego**

Mnumi Sp. z o. o.  
Adres: 02-715 Warszawa, Polska, ul. Puławska 233/B5,  
KRS: 0000360600; NIP: 5213572556; REGON: 142478480

Firma Mnumi oferuje kompleksowy system do obsługi drukarni. Składa się on z trzech modułów głównych, tj. MnumiShop, MnumiPanel oraz MnumiWizard. System zarządza obiegiem prac wewnątrz drukarni począwszy od przyjęcia zamówienia drogą tradycyjną i przez internet, obsługę ich przez Biuro Obsługi Klienta, i przez pracowników drukarni i introligatorni, nadzoruje pakowanie i wysyłkę, zarządza płatnościami, oraz pozwala zdalnie i skutecznie zarządzać firmą. Mnumi powstało na bazie wieloletnich doświadczeń i usprawnień w średniej wielkości drukarni, jest oprogramowaniem stworzonym przez drukarzy dla drukarzy.

### **2. Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie usług doradczych w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych.

Zakres usług obejmuje:

## **A. Opracowanie strategii wprowadzenia produktu na rynek USA**

### 1. Market overview, z uwzględnieniem:

- analiza makrootoczenia
- analiza mikrootoczenia
- analiza konkurencji, rozumianej jako: dostawcy systemów informatycznych dla drukarni, w tym systemów do zarządzania drukarnią oraz rozwiązań typu W2P z uwzględnieniem modeli, w jakich prowadzona jest sprzedaż (licencja vs. SaaS)

### 2. Analiza potencjału rynku odbiorców

- dane statystyczne na temat rynku poligraficznego, w podziale na: agencje reklamowe, drukarnie offsetowe, drukarnie cyfrowe, usługi foto/ xero, inne
- segmentacja rynku według zaproponowanych kryteriów wyborów
- rekomendacja wybranych segmentów docelowych i ich charakterystyka

### 3. Produkt i cena

- rekomendacja polityki cenowej i konstrukcji oferty handlowej
- zalecenia co do wyceny produktu vs. Konkurencja

### 4. Kanały dystrybucji

- analiza rozwiązań konkurencyjnych (pochodzących z innych krajów) i sposobów prowadzenia ich sprzedaży
- rekomendacja doboru partnerów handlowych oraz kryteriów ich wyboru
- rekomendacja sposobu rozliczania partnerów handlowych oraz kluczowych zasad współpracy (kwestie marż, prowadzenia i obsługi klienta, supportu etc.)

### 5. Budowa wizerunku marki, z uwzględnieniem

- logotyp (należy odpowiedzieć na pytanie „pod jakim szyldem” i dlaczego powinno być sprzedawane oprogramowanie Mnumi)
- strona www (należy odpowiedzieć na pytanie czy zasadna jest budowa serwisu www innego dla każdego kraju)

### 6. Komunikacja i promocja

- rekomendacja doboru narzędzi marketingowych wraz z uzasadnieniem
- estymacje skuteczności poszczególnych narzędzi
- szacowany budżet marketingowy niezbędny do wprowadzenia marki na rynek
- plan działań marketingowych na pierwszy rok

## **B. Opracowanie strategii wprowadzenia produktu na rynek włoski**

### 1. Market overview, z uwzględnieniem:

- analiza makrootoczenia
- analiza mikrootoczenia
- analiza konkurencji, rozumianej jako: dostawcy systemów informatycznych dla drukarni, w tym systemów do zarządzania drukarnią oraz rozwiązań typu W2P z uwzględnieniem modeli, w jakich prowadzona jest sprzedaż (licencja vs. SaaS)

## 2. Analiza potencjału rynku odbiorców

- dane statystyczne na temat rynku poligraficznego, w podziale na: agencje reklamowe, drukarnie offsetowe, drukarnie cyfrowe, usługi foto/ xero, inne
- segmentacja rynku według zaproponowanych kryteriów wyborów
- rekommendacja wybranych segmentów docelowych i ich charakterystyka

## 3. Produkt i cena

- rekommendacja polityki cenowej i konstrukcji oferty handlowej
- zalecenia co do wyceny produktu vs. Konkurencja

## 4. Kanały dystrybucji

- analiza rozwiązań konkurencyjnych (pochodzących z innych krajów) i sposobów prowadzenia ich sprzedaży
- rekommendacja doboru partnerów handlowych oraz kryteriów ich wyboru
- rekommendacja sposobu rozliczania partnerów handlowych oraz kluczowych zasad współpracy (kwestie marż, prowadzenia i obsługi klienta, supportu etc.)

## 5. Budowa wizerunku marki, z uwzględnieniem

- logotyp (należy odpowiedzieć na pytanie „pod jakim szyldem” i dlaczego powinno być sprzedawane oprogramowanie Mnumi)
- strona www (należy odpowiedzieć na pytanie czy zasadna jest budowa serwisu www innego dla każdego kraju)

## 6. Komunikacja i promocja

- rekommendacja doboru narzędzi marketingowych wraz z uzasadnieniem
- estymacje skuteczności poszczególnych narzędzi
- szacowany budżet marketingowy niezbędny do wprowadzenia marki na rynek
- plan działań marketingowych na pierwszy rok

# **C. Opracowanie strategii wprowadzenia produktu na rynek brytyjski.**

## 1. Market overview, z uwzględnieniem:

- analiza makrootoczenia
- analiza mikrootoczenia
- analiza konkurencji, rozumianej jako: dostawcy systemów informatycznych dla drukarni, w tym systemów do zarządzania drukarnią oraz rozwiązań typu W2P z uwzględnieniem modeli, w jakich prowadzona jest sprzedaż (licencja vs. SaaS)

## 2. Analiza potencjału rynku odbiorców

- dane statystyczne na temat rynku poligraficznego, w podziale na: agencje reklamowe, drukarnie offsetowe, drukarnie cyfrowe, usługi foto/ xero, inne
- segmentacja rynku według zaproponowanych kryteriów wyborów
- rekommendacja wybranych segmentów docelowych i ich charakterystyka

## 3. Produkt i cena

- rekommendacja polityki cenowej i konstrukcji oferty handlowej
- zalecenia co do wyceny produktu vs. Konkurencja

## 4. Kanały dystrybucji

- analiza rozwiązań konkurencyjnych (pochodzących z innych krajów) i sposobów prowadzenia ich sprzedaży
- rekommendacja doboru partnerów handlowych oraz kryteriów ich wyboru
- rekommendacja sposobu rozliczania partnerów handlowych oraz kluczowych zasad współpracy (kwestie marż, prowadzenia i obsługi klienta, supportu etc.)

#### 5. Budowa wizerunku marki, z uwzględnieniem

- logotyp (należy odpowiedzieć na pytanie „pod jakim szyldem” i dlaczego powinno być sprzedawane oprogramowanie Mnumi)
- strona www (należy odpowiedzieć na pytanie czy zasadna jest budowa serwisu www innego dla każdego kraju)

#### 6. Komunikacja i promocja

- rekomendacja doboru narzędzi marketingowych wraz z uzasadnieniem
- estymacje skuteczności poszczególnych narzędzi
- szacowany budżet marketingowy niezbędny do wprowadzenia marki na rynek
- plan działań marketingowych na pierwszy rok

Termin wykonania oferty nie może być dłuższy niż do 31.12.2014 roku.

Niniejsza oferta dotyczy etapu projektu związanego z wyszukiwaniem i doбором partnerów na rynkach docelowych.

### **3. Informacje ogólne**

Złożona oferta powinna zawierać:

- nazwę i adres oferenta,
- datę sporządzenia,
- cenę całkowitą netto i brutto
- termin ważności oferty,
- warunki i termin płatności,
- maksymalny czas realizacji,
- inne informacje pozwalające na wybór wykonawcy.

### **4. Oferta powinna**

- być ważna co najmniej 30 dni kalendarzowych
- być sporządzona na formularzu stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszego Zapytania Ofertowego.
- być opatrzona pieczętką firmową,
- posiadać datę sporządzenia,
- być podpisana przez oferenta
- przesłana: za pośrednictwem poczty lub dostarczona osobiście na adres zamawiającego lub e-mailem (skan oferty z podpisami osób upoważnionych do reprezentacji) na adres: ewa.muszynska@mnumi.com

Termin składania ofert upływa w dniu: **21.11.2014r.**

## **5. Kryteria wyboru oferty najkorzystniejszej**

1. Cena za wykonanie całości zamówienia –60%
2. Termin realizacji – 40%

## **6. Uwagi końcowe**

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany warunków udzielenia zamówienia bez podania przyczyn na każdym jego etapie.
2. Zamawiający nie dopuszcza składanie ofert częściowych.
3. Zamawiający ma prawo do anulowania postępowania ofertowego w każdym czasie przed dokonaniem zamówienia bez podania przyczyny oraz bez odszkodowania dla oferentów.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo odpowiedzi tylko na wybrane oferty.
5. Zapytanie ofertowe zamieszczono w siedzibie zamawiającego oraz na stronie [mnumi.pl](http://mnumi.pl)

Niniejsze zapytanie ofertowe nie stanowi zobowiązania Mnumi Sp. z o. o. do zawarcia umowy.

Załączniki:

- 1) Wzór Formularza oferty

Załącznik 1

.....  
(miejscowość, data)

### FORMULARZ OFERTOWY

<b>(pieczęć oferenta)</b>	<b>Dane oferenta</b>

Niniejszym składamy ofertę na świadczenie usług doradczych w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych. niezbędnych do realizacji projektu „Eksport szansą na rozwój firmy Mnumi Sp. z o. o.”

Podajemy się wykonania usługi będącej przedmiotem zapytania ofertowego z dnia 31.10.2014r. zgodnie z wiedzą techniczną, obowiązującymi przepisami oraz normami i należytą starannością oraz zgodnie z wymaganiami zawartymi w zapytaniu ofertowym

Zadanie	Cena netto	Podatek VAT	Cena brutto	Termin realizacji
Opracowanie strategii wprowadzenia produktu na rynek USA	.....PLN (słownie:..... .....)	.....%	.....PLN (słownie:..... .....)	.....



<p>Opracowanie strategii wprowadzenia produktu na rynek włoski</p>	<p>.....PLN (słownie:..... .....)</p>	<p>.....%</p>	<p>.....PLN (słownie:..... .....)</p>	<p>.....</p>
<p>Opracowanie strategii wprowadzenia produktu na rynek brytyjski</p>	<p>.....PLN (słownie:..... .....)</p>	<p>.....%</p>	<p>.....PLN (słownie:..... .....)</p>	<p>.....</p>



RAZEM	<p>.....PLN (słownie:..... .....)</p>	<p>.....%</p>	<p>.....PLN (słownie:..... .....)</p>	<p>.....</p>
-------	---	---------------	---	--------------

Jednocześnie oświadczamy, że:

- Zapoznaliśmy się z zakresem planowanej do realizacji usługi.
- Termin związania ofertą – .....
- Oświadczam, że wycena przedmiotu umowy jest kompletna.
- Posiadamy niezbędną wiedzę, doświadczenie, potencjał ekonomiczny i techniczny, a także pracowników zdolnych do wykonania przedmiotu zamówienia.
- Wszystkie informacje przedstawione w Ofercie są prawdziwe.

.....  
/Nazwisko i stanowisko oraz podpis osoby upoważnionej/