|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Descrizione della richiesta** | **Offerta** | **Commenti esplicativi, precisazioni** |
| Operatore economico (denominazione sociale, Codice fiscale, indirizzo) |  |
| Breve descrizione del soggetto, della sua storia, della sua composizione, dimensione, professionalità disponibili, partecipazioni a gruppi o reti di imprese eccetera  |  |
| Breve descrizione delle esperienze maggiormente significative e assimilabili a quelle richieste dal capitolato/brief |  |
| Siete Google Partner? | ☐SI | ☐NO | Da quanti anni è partner |
| Siete Facebook Business Partner? | ☐SI  | ☐NO | Da quanti anni è partner |
| Conoscete e utilizzate *Salesforce*? | ☐SI  | ☐NO | Da quanti anni utilizzate *salesforce* e per quali attività |
| Altre certificazioni o partnership pertinenti e aggiuntive |  |
| La vostra eventuale proposta comprenderebbe la fornitura di tutti i servizi indicati “Descrizione del servizio” | ☐SI | ☐NO | Se no, vi invitiamo a precisare le motivazioni di eventuali servizi che considerate non rilevanti o opportune |
| Vostre eventuali proposte/offerte migliorative non indicate nel capitolato/brief (1) | Illustrare anche brevemente le motivazioni che vi inducono a proporre servizi o modelli diversi da quelli proposti dal capitolato |
| Secondo voi la quotazione per l’offerta dei servizi presenti nel capitolato deve essere espressa come percentuale sul budget oppure come quotazione a corpo per i servizi contenuti nel capitolato? | Il budget totale per l’acquisto dell’advertising sui canali di digital advertising è pari a circa 370.000 euro  |  |
| KPI o altri indicatori che si suggerisce di utilizzare per misurare i risultati della campagna e dell’attività di ADV | Indicatore | Motivazione e modalità di misurazione |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| Perché secondo voi per la FST sarebbe opportuno individuare la vostra agenzia come partner della campagna (2) |  |  |

Note

1. Riportare eventuali proposte non incluse nel capitolato che possiamo valutare a integrazione della campagna
2. Inserire una breve descrizione dei motivi per cui la vostra agenzia potrebbe essere il soggetto più adatto per i servizi richiesti