

## KRYTERIA OCENY OFERT

W każdym etapie wnioski zostaną ocenione w skali od 0-100 punktów.

Komisja Konkursowa dokona oceny merytorycznej wniosków kierując się następującymi kryteriami:

### I etap - obowiązują kryteria oceny 1.1 – 1.3 ; 2.1

LP.	KRYTERIUM	ZAKRES	MAKSYMALNA ILOŚĆ PUNKTÓW
1	Doświadczenie oferenta	1.1 lista referencyjna klientów oferenta	0-5
		1.2 przykłady zrealizowanych: - kampanii - przedstawić opis i określić budżet (przynajmniej 3, w tym jedna o udokumentowanym budżecie powyżej 100 tys. zł). - szkoleń, konferencji, debat, konsultacji, współpracy z JST	0-15
		1.3 doświadczenie zawodowe CV: koordynatora kampanii oraz członków zespołu realizującego projekt	0-10
2	Oryginalność i innowacyjność	2.1 pomysł kreatywny w formie prezentacji <i>Ocenie będą podlegały: niepowtarzalność, wyjątkowość, innowacyjne podejście do problemów, które ma rozwiązywać projektowana kampania.</i>	0-70

**II etap - obowiązują kryteria oceny 1 ; 2.1 – 2.3 ; 3 ; 4.1 – 4.2 ; 5**

<b>LP.</b>	<b>KRYTERIUM</b>	<b>ZAKRES</b>	<b>MAKSYMALNA ILOŚĆ PUNKTÓW</b>
<b>1</b>	<b>Oryginalność i innowacyjność</b>	opracowanie szczegółowego projektu kampanii i zaprezentowanie go na spotkaniu w siedzibie WFOŚiGW we Wrocławiu Ocenie będą podlegały: niepowtarzalność, wyjątkowość, innowacyjne podejście do problemów, które ma rozwiązywać projektowana kampania	0-10
<b>2</b>	<b>Strategiczność kampanii</b>	<b>2.1</b> zgodność szczegółowego projektu kampanii/całościowego scenariusza z założeniami, celami kampanii zawartymi w briefie	0-10
		<b>2.2</b> spójność, jedność poszczególnych elementów kampanii	0-5
		<b>2.3</b> optymalny dobór form przekazów do celów kampanii	0-10
<b>3</b>	<b>Współpraca z innymi podmiotami</b>	zaplanowane formy współpracy z JST, NGO, biznesem, mediami (współpraca z redakcjami poza trybem objętym przez konkurs)	0-10
<b>4</b>	<b>Jakość elementów kampanii</b>	<b>4.1</b> zastosowanie różnorodnych form aktywizacji i zaangażowania adresatów kampanii	0-15
		<b>4.2</b> jasność, zrozumiałość, konkretność i wiarygodność przekazów	0-15
<b>5</b>	<b>Koszty kampanii</b>	planowany budżet kampanii	0-25