

## TISKOVÁ ZPRÁVA

### **AKA doporučuje zadavatelům: Stanovte si cíle kampaní a konzultujte s odborníky na komunikaci**

Praha (24. července 2023) – Asociace komunikačních agentur (AKA) vydává další doporučení zadavatelům komunikačních zakázek. Mezi tato doporučení patří spolupráce se specialisty, certifikovanými hodnotiteli, již od formulace zadávacího řízení po celou dobu hodnocení nabídek, možnost tržní konzultace, stanovení konkrétních cílů komunikační kampaně a použití dat výzkumných agentur pro kvalitní nastavení klíčových indikátorů výkonu kampaní. Zároveň AKA vydává doporučení i pro agentury, které nabídky do tendrů podávají.

Toto jsou závěry nedávného pravidelného ročního setkání odborných certifikovaných hodnotitelů AKA, poradců, kteří pomáhají zadavatelům z veřejné i komerční sféry vybrat kvalitní dodavatele komunikačních projektů. Toto setkání je pro poradce povinné a slouží ke shrnutí zkušeností za předchozí období, k definování největších problémů v oblasti tendrů a pro přípravu hlavních doporučení jak pro zadavatele, tak i pro agentury.

Podle členky Prezidia asociace Lucie Češpivové „*se od vzniku projektu v gesci Asociace komunikačních agentur v roce 2015 podíleli odborní poradci na přípravě mnoha zadávacích řízení, nebo se jako odborní hodnotitelé stali členy hodnotících komisí. Důležitým efektem celého projektu je i předávání zkušeností zadavatelům tak, aby mohli zkušenosti poradců zohlednit ve své další praxi.*“

#### **Aktuální doporučení AKA pro zadavatele vzešlá z evaluace 2023**

**1. Stanovit konkrétní cíle** komunikačních projektů je nezbytné již na začátku celého procesu zadání. Stejně tak je nutné již na začátku projektu definovat, jak bude zadavatel dosažení stanovených cílů vyhodnocovat. Nejvhodnějším nástrojem u těchto cílů, které nelze jednoznačně kvantifikovat, je samostatný a nezávislý výzkum. Prostředky na nástroje vyhodnocení by měl zadavatel alokovat předem nad rámec prostředků na komunikaci samotnou. Efektivita vynaložených prostředků je zejména u veřejných peněz zásadní a je také častým předmětem zájmu kontrolních orgánů.

**2. Tržní konzultace** dává smysl pouze tehdy, pokud jejím prostřednictvím zadavatel získal dostatečný počet nezávislých názorů. Stavět na jedné zpětné vazbě je často zavádějící a zadavatele může vést ke zkreslení a opačnému efektu, než který měla tržní konzultace přinést. Odborní hodnotitelé tedy doporučují zadavatelům, aby o spuštění tržních konzultací informovali oborové asociace, které mohou svými komunikačními kanály vyzvat své členy, aby se konzultace zúčastnili.

**3. Zapojení odborných poradců** je vhodné již ve fázi přípravy zadání. Odborníci mohou pomoci připravit zadávací dokumentaci tak, aby byla pro potenciální dodavatele srozumitelná, aby očekávání zadavatele nebyla nereálná, a tím pomoci i zvýšit zájem dodavatelů o účast ve výběrovém řízení.

**4. Data** jsou pro kvalitní komunikaci základem. V dnešní době je však důležité řídit se kvalitními daty s transparentním původem. Jako vhodný zdroj lze využít datový portál <https://www.nadata.cz/>, případně data odborných výzkumných agentur, členů SIMAR <https://simar.cz/>.

#### **Aktuální doporučení pro agentury podávající nabídky v režimu ZZVZ vzešlá z evaluace 2023**

**1. Nabídka s největším počtem stránek** nerovná se nejkvalitnější a nejúspěšnější nabídka. Respektujte požadavky zadavatele na zpracování nabídky a nesnažte se do své nabídky zakomponovat všechny své

myšlenkové pochody a všechny datové podklady, pokud je zadavatel nepožaduje. Mějte respekt k efektivnímu využití času svých týmů i zadavatelů.

**2. Čtete důkladně zadávací dokumentaci, včetně smluvních podmínek.**

**3. Projděte si detailně způsob hodnocení nabídek** uvedený v zadávací dokumentaci. Vaše nabídka by měla respektovat to, co chce zadavatel hodnotit. Pamatujte, že zadavatel nemůže hodnotit nic, co v hodnotících kritériích předem neuvedl.

**4. Pokud něčemu v zadávací dokumentaci nerozumíte, ptejte se.** Postupujte dle §98 ZZVZ a nezapomeňte na termíny, do kdy lze požadovat po zadavateli vysvětlení zadávací dokumentace.

Oba dokumenty jsou ke zhlédnutí a ke stažení na webu AKA [zde](#).

Za dobu, kdy se oborové asociace tématem zabývají, existuje mnoho **dobrych příkladů kvalitních zadávacích řízení**. Odborní hodnotitelé doporučují zadavatelům, aby se úspěšnými projekty inspirovali. Ať už jde o tendry z komerční sféry v duchu pravidel Férového tendru <https://www.ferovytendr.cz/> nebo o projekty zkušených veřejných zadavatelů, jakými jsou například SZIF kampaně na značení kvalitních potravin, MMR Odbor publicity a evaluací fondů EU, ČSÚ kampaň na sčítání lidu a další.

Výrazně pak převládá poptávka od zadavatelů veřejné správy, případně od zadavatelů, kteří musí výběr dodavatele podřídit pravidlům Zákona o zadávání veřejných zakázek (ZZVZ). Pro tyto účely složila velká část odborných hodnotitelů certifikační zkoušku z pravidel ZZVZ. Samozřejmostí je také dodržování etického kodexu, transparentnost a dodržování všech zákonných požadavků.

Kromě všeobecného poradenství jsou pak v seznamu zařazeni i specialisté na specifické oblasti komunikace, za jejichž odbornost ručí gestoři/odborníci, případně odborné asociace, jako jsou APRA za oblast Public relations a SIMAR za oblast výzkumu trhu a veřejného mínění.

---

## O AKA

*AKA je profesní asociace sdružující nejvýznamnější subjekty v oblasti komunikace a kreativního průmyslu, a to jak reklamní, kreativní a digitální agentury, tak i agentury z oblasti aktivačního marketingu. Jejím cílem je zajišťovat příznivé prostředí pro podnikání členů, budování dobrého jména oboru, odborné vzdělávání a podpora aktivit ke zvyšování profesionální úrovně odborníků na komunikaci. O etické standardy komerční komunikace dbá AKA prostřednictvím Rady pro reklamu, již je spoluzakladatelem.*

## O APRA

*APRA je dobrovolné sdružení PR agentur a odborníků v komunikaci působících na území České republiky, jehož prvořadým posláním je prezentovat obor PR zejména odborné a klientské veřejnosti, všestranně kultivovat činnost agentur, prosazovat takzvanou nejlepší praxi, vytvářet prostor k široké profesní diskusi a budovat dobré jméno oboru. APRA zároveň garantuje kvalitu nabízených služeb členských agentur prostřednictvím certifikace. Asociace dbá na dodržování etických pravidel dle Stockholmské charty a aktuálně sdružuje 24 českých i zahraničních PR agentur působících na českém trhu.*

## O SIMAR

*Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR je nezisková organizace, která již od roku 1994 podporuje, propaguje a obohacuje výzkum trhu, výzkum veřejného mínění, sociologický výzkum a oblast datové analytiky. Členství v SIMAR je otevřeno všem subjektům, které působí v oboru výzkumu trhu a veřejného mínění a provádějí a objektivně interpretují výzkum ve vysoké kvalitě. Členové mají zájem tuto oblast dále kultivovat a tím vytvářet dobré jméno celého výzkumného oboru.*



## **Kontakt pro média**

Kateřina Hruběšová, výkonná ředitelka AKA

[katerina.hrubesova@aka.cz](mailto:katerina.hrubesova@aka.cz)

777 306 151