Jautājums: Pēc Kantar TNS datiem, datu bāzē esošais kritērijs "Ģimene ar bērnu/ -iem" šoreiz neietilpst datos, ir dati no 15.g.v. Vai šis faktors ir ņemts vērā?
Atbilde: Šī ir viena no LU noteiktajām mērķauditorijām stratēģisko mērķu sasniegšanai. Tiek sagaidīts, ka pretendents spēj izanalizēt un pamatot, kur un kā visprecīzāk aizsniegt šo auditoriju. Piedāvājums jāiesniedz balstoties uz labākajiem datiem, lēmumu par atbilstošāko pieeju pieņem LU.

Jautājums: Mērķauditorija skolotāji- šāda kritērija Kantar TNS datu bāzē nav.
Atbilde: Šī ir viena no LU noteiktajām mērķauditorijām stratēģisko mērķu sasniegšanai. Tiek sagaidīts, ka pretendents spēj izanalizēt un pamatot, kur un kā visprecīzāk aizsniegt šo auditoriju. Piedāvājums jāiesniedz balstoties uz labākajiem datiem, lēmumu par atbilstošāko pieeju pieņem LU.

Jautājums: Mērķauditorija Vidusskolas skolotāji- Kantar TNS datu bāzē šāda kritērija nav.
Atbilde: Šī ir viena no LU noteiktajām mērķauditorijām stratēģisko mērķu sasniegšanai. Tiek sagaidīts, ka pretendents spēj izanalizēt un pamatot, kur un kā visprecīzāk aizsniegt šo auditoriju. Piedāvājums jāiesniedz balstoties uz labākajiem datiem, lēmumu par atbilstošāko pieeju pieņem LU.

Jautājums: Mērķauditorija Uzņēmēji- Kantar TNS ir pieejami šādi kritēriji - owner of company/ shop, craftsman, other self- employed person, lūdzu, precizējiet vai tie derēs?
Atbilde: Šī ir viena no LU noteiktajām mērķauditorijām stratēģisko mērķu sasniegšanai. Tiek sagaidīts, ka pretendents spēj izanalizēt un pamatot, kur un kā visprecīzāk aizsniegt šo auditoriju. Piedāvājums jāiesniedz balstoties uz labākajiem datiem, lēmumu par atbilstošāko pieeju pieņem LU.

Jautājums: Mērķauditorija 15-19 gadu veci jaunieši ar vidusskolas, tehnikuma vai koledžas izglītību- Kantar TNS datos ir no 16.g.v., 16-19 ir ļoti maza mērķauditorija, piedāvājam apskatīt mērķauditoriju 16-20, bet, nepiemērojot kritēriju par izglītību, lūdzu, precizējiet vai derēs?
Atbilde: Šī ir viena no LU noteiktajām mērķauditorijām stratēģisko mērķu sasniegšanai. Tiek sagaidīts, ka pretendents spēj izanalizēt un pamatot, kur un kā visprecīzāk aizsniegt šo auditoriju. Piedāvājums jāiesniedz balstoties uz labākajiem datiem, lēmumu par atbilstošāko pieeju pieņem LU.

Jautājums: Lūgums precizēt Digitālie kanāli: XTV, ITV, Skaties.lv, Replay, visi šie uzskaitītie mediji ir dažādās mediju grupās, attiecīgi vienu atlaidi nav iespējams norādīt, katrā no kanāliem tā būs citādāka. Kā arī Replay ir sabiedriskā medija platforma, kur reklāma vairs nav iespējams izvietot. Skaties.lv arī vairs neeksistē, bet šeit tad varētu būt TV3.lv.
Atbilde: Pretendentam jāpiedāvā šiem kanāliem apvietota, kopēja atlaide, cenu balstot ar īpatsvaru uz ITV – kā vēlamāko kanālu.. LU izvēles brīdī norādīs, kuru kanālu izmantot vairāk, kurā kampaņā izmantot.

Jautājums: TV3 grupā nodrošina reklāmas tirdzniecību TV24 kanālam, attiecīgi plānojot kampaņu TV3 grupā, tā tiks arī raidīta ka Kanālā TV24. Šis kanāls ir TV3 grupas kanālu miksā.
Atbilde: Atlaide jānorāda, kā ir prasīts - TV3 grupai kopā un arī atsevišķi TV24 kanālam, galvenais, lai atlaide redzama reklāmas un sponsoringa aktivitātēm.

Jautājums: JCDecauux - Kolonnu izlases vietas Rīgā, šāds risinājums vairs nav pieejams.
Atbilde: Pretendentam jāpiedāvā līdzvērtīgs risinājums.

Jautājums: Clear Channel - Pilāri (PIL), Rīgā šis risinājums vairs nav pieejams.
Atbilde: Pretendentam jāpiedāvā līdzvērtīgs risinājums.

Jautājums: Visual Media – sabiedriskais transporta ekrāni, šo risinājumu piedāvā DScreens.
Atbilde: Pretendentam jānorāda informācija tam, reklāmas devējam, kas šobrīd šo pakalpojumu sniedz, galvenais, lai ir atlaide reklāmas aktivitātēm Rīgas sabiedriskajā transportā (tramvajos, trolejbusos, autobusos, mikroautobusos utt.).

Jautājums: DScreens – ekrāni, vai tie ir domāti lielie vai mazie.
Atbilde: Pretendentam atlaide jānorāda visiem formātiem kopā.