Rīgā
11.10.2024. Nr. 01VD00-21/602

Konkursa
"Mediju plānošanas un reklāmu
izvietošanas masu medijos
pakalpojuma iegāde"
iespējamajiem pretendentiem

Par konkursa "Mediju plānošanas un reklāmu izvietošanas masu medijos pakalpojuma iegāde" skaidrojumiem

Saskaņā ar atklāta konkursa **"Mediju plānošanas un reklāmu izvietošanas masu medijos pakalpojuma iegāde"** (ID Nr. AS "Latvenergo" 2024/15) nolikuma Vispārīgo noteikumu 4.2.punktu, nosūtām Jums atbildes uz Pretendentu uzdotajiem jautājumiem.

1.Jautājums. Kāda ir ilgtermiņa un svārstīgo klientu attiecība? Vai tā ir mainījusies periodā 2021.-2024.gads?
Atbilde. Lūdzam vadīties no pieejamā apraksta, kas sniegts uzdevumā.

2.Jautājums. Kāds ir pieslēgumu īpatsvars Rīga vs reģioni? Vai tā ir mainījusies laika periodā 2021.-2024. gads?
Atbilde. Lūdzam vadīties no pieejamā apraksta, kas sniegts uzdevumā.

3.Jautājums. Vai ir atsevišķi reģioni/pilsētas, kurus nepieciešams izdalīt kopējā komunikācijas plānā?
Atbilde. Lūdzam vadīties no pieejamā apraksta, kas sniegts uzdevumā.

4.Jautājums. Kāda ir proporcija starp juridiskajiem/privātajiem klientiem?
Atbilde. Uzdevums balstīts mājsaimniecību klientiem, privātpersonām. Juridisko klientu proporcija šī uzdevuma sakarā nav aktuāla.

5.Jautājums. Vai variet iedot % sadalījumu starp piedāvātajiem elektrības produktiem: Ekonomiskais, Izdevīgais, Dinamiskais, Stabilais, Universālais.
Atbilde. Lūdzam vadīties no pieejamā apraksta, kas sniegts uzdevumā.

6.Jautājums. Lūgums precizēt nolikuma 8.11 punktā un stratēģiskā uzdevuma pielikumā nr 3. minēto periodu. Vai periods ir janvāris – jūlijs ieskaitot (piemēram 01.01-31.07).?
Atbilde. Apstiprinām, stratēģiskā uzdevumā norādītais periods ir no janvāra līdz jūlijam (no 1. janvāra līdz 31. jūlijam).

7.Jautājums. Vai varam lūgt precizēt ar stratēģiju plānotos sasniedzamos mērķus:
7.a. Kāds ir jauno elektroenerģijas klientu piesaistes mērķis, cik lietotājus aptuveni jāpiesaista jau esošajam klientu portfelim.
Atbilde. Lūdzam vadīties no pieejamās informācijas, kas sniegta stratēģiskā uzdevuma aprakstā.

7.b. Lūgums precizēt, Top of mind jeb pirmās izvēles pozīciju Elektrum zīmolam.
Atbilde. Top of mind elektrības tirgotāju atpazīstamībā Elektrum zīmols tiek minēts kā Nr.1 ar 59%

7.c. Vai ir iespēja padalīties ar informāciju, kāds šobrīd procentuāli ir aizejošo klientu apjoms (Drop rate) ?

Atbilde. Lūdzam vadīties no pieejamās informācijas, kas sniegta stratēģiskā uzdevuma aprakstā.

7.d. Lai izpildītu komunikācijas mērķi - stiprināt esošo klientu lojalitāti, lūgums precizēt esošo situāciju klientu lojalitātei un apmierinātībai, precīzāk tieši NPS rādītājos: tas var būt izteikts procentuālajos rādītājos lojālo advokātu segmenta lielumā, apmierinātībā un vēlmē rekomendēt.

Atbilde. Lūdzam vadīties no pieejamās informācijas, kas sniegta stratēģiskā uzdevuma aprakstā.

8.Jautājums. Lai efektīvāk izstrādātu mediju stratēģiju, lūgums precizēt radošās idejas virzienu vai ieskicēt tēmas, kuras plānots komunicēt 2025.gadā elektrības klientiem.

Atbilde. 2025. gada aktivitāšu radošās idejas šobrīd vēl nav izstrādātas.

9.Jautājums. Kurš no Elektrum elektrības produktiem ir vispieprasītākais ar vislielāko klientu skaitu?

Atbilde. Lūdzam vadīties no pieejamās informācijas, kas sniegta stratēģiskā uzdevuma aprakstā.

Šis dokuments ir parakstīts ar drošu elektronisko parakstu un satur laika zīmogu.

Iepirkumu projektu vadītājs Ieva Arāja

Ieva Arāja 67728062, 26353104