

ZAPYTANIE O INFORMACJĘ (RFI – REQUEST FOR INFORMATION) W PR:

Celem niniejszego dokumentu jest zebranie ogólnych informacji na temat Państwa Agencji (część A i B dokumentu) oraz pozyskanie informacji o specjalizacji i doświadczeniu Agencji (część C dokumentu) w zakresie:

określa Klient, np. strategia komunikacji, strategia public relations lub PR produktowy, PR korporacyjny, PR kryzysowy itp.

DANE KONTAKTOWE

1	Pełna nazwa firmy:	
2	Adres firmy:	
3	Adres strony WWW:	
4	Numery NIP, REGON i KRS:	
5	Osoba z Agencji przydzielona do kontaktu (stanowisko / mail / telefon komórkowy):	
6	Osoby zarządzające (proszę podać nazwiska, stanowiska, kontakt):	
7	Skład zarządu:	
8	Globalne HQ (jeśli dotyczy):	

INFORMACJE O AGENCJI

9	Proszę o podsumowanie historii i profilu Państwa firmy (szczególnie jeśli firma ma określoną specjalizację):	
10	Rok założenia firmy:	
11	Kapitał i struktura własnościowa oraz spółka matka i spółki zależne (jeśli istnieją):	
12	Obrót netto w ostatnich 2 latach (PLN):	
13	Fee income w ostatnich 2 latach (PLN):	
14	Liczba pracowników etatowych oraz tymczasowych (w ostatnich 2 latach):	
15	Liczba konsultantów zaangażowanych we współpracę z Agencją na innej podstawie niż umowa o pracę (w ostatnich 2 latach):	
16	Struktura organizacyjna – zarząd, kierownictwo oraz kluczowi pracownicy (prosimy o wskazanie liczby osób w poszczególnych działach):	
17	Wysokość ubezpieczenia OC działalności (jeśli dotyczy):	
18	Portfolio i obszary działania. Główni Klienci ze wskazaniem: 1. sektora działania, 2. zakresu współpracy (komunikacja korporacyjna vs produktowa [jakie marki], projektowa vs długoterminowa), 3. okresu współpracy.	
19	Jakich KPI's używają Państwo, by mierzyć swoją efektywność w projektach?	
20	Kopie aktualnych referencji (ostatnie 2 lata, włączając obecny rok) – prosimy o dołączenie ich do odpowiedzi na niniejszy formularz:	
21	Klienci pozyskani – 2 ostatnie lata:	
22	Klienci utraceni – 2 ostatnie lata:	
23	Klienci długofalowi – współpraca powyżej 2 lat:	
24	Kierunek rozwoju firmy na najbliższe 2–3 lata:	

25	Nagrody otrzymane w 2 ostatnich latach: Prosimy o podanie nagrodzonych prac w następujący sposób: nazwa i krótki opis nagrody, kategoria.	
26	Osiągnięcia w 2 ostatnich latach:	
27	Inne informacje na temat Państwa Agencji, które uznają Państwo za istotne:	
DOŚWIADCZENIE AGENCJI (ISTOTNE DLA EWENT. WSPÓŁPRACY AGENCJI Z KLIENTEM)		
28	Czy kiedykolwiek pracowali Państwo dla firmy _____ (uzupełnia Klient)? Jeśli tak, to w jakim obszarze?	
29	Proszę krótko opisać projekty z ostatnich 2 lat, z których są Państwo szczególnie dumni. Prosimy o podanie informacji w następujący sposób: Klient, zakres prac, rezultaty.	
30	Czy w Państwa portfolio znajdują się Klienci z branż regulowanych / innych _____ (uzupełnia Klient)	
31	Proszę na przykładzie współpracy z Państwa Klientami z ostatnich 2 lat wskazać Państwa: - kompetencje, - możliwości zaoferowania dopasowanego do Klienta wsparcia, doradztwa strategicznego i ekspertyzy.	
32	Przykładowe pytanie o doświadczenie Agencji w zakresie Employer Branding Proszę wskazać 2 najważniejsze z Państwa strony projekty w tym obszarze, opisać Państwa wkład oraz rezultaty dla Klienta:	
33	Przykładowe pytanie o doświadczenie Agencji w zakresie Corporate Responsibility Proszę wskazać projekty z tego obszaru w ostatnich 2 latach Państwa pracy dla Klientów (w tym jak przyczyniły się do budowania reputacji Klienta i w jaki sposób odpowiadały na potrzeby otoczenia Klienta):	
34	Przykładowe pytania o doświadczenie Agencji w zakresie PR produktowy Proszę wymienić i krótko opisać najważniejsze projekty PR produktowego z ostatnich 2–3 lat w branży _____ (branżę uzupełnia Klient, np. kosmetyki, rynek regulowany, finanse)	
35	Przykładowe pytania o doświadczenie Agencji w zakresie PR korporacyjny / komunikacja korporacyjna Proszę wymienić i krótko opisać najważniejsze projekty / działania w ramach współpracy ciągłej z ostatnich 2–3 lat w obszarze komunikacji korporacyjnej, w szczególności uwzględniając branżę _____ (branżę uzupełnia Klient, np. kosmetyki, rynek regulowany, finanse)	
36	Out-of-the box thinking – proszę opisać najoryginalniejszą według Państwa propozycję, którą zrealizowali Państwo w obszarze PR produktowego w ostatnich 2–3 latach:	

37	Proszę opisać i wskazać rezultaty najbardziej kompleksowego projektu, w którym łączyli Państwo działania w mediach społecznościowych, współpracę z blogerami, media tradycyjne, WOMM i inne narzędzia/kanały:	
38	W jaki sposób wykorzystują Państwo media społecznościowe w działaniach PR produktowego? Proszę krótko opisać przykładowe projekty z ostatnich 2 lat:	
39	Zrozumienie mediów – proszę opisać najlepszą współpracę z mediami / projekt, który przyniósł najlepszy (vs oczekiwania i możliwości) media coverage w obszarze komunikacji korporacyjnej (ostatnie 2–3 lata):	
40	Proszę opisać efektywność Państwa najlepszego projektu w ramach komunikacji korporacyjnej i swój wkład w rezultaty projektu:	
41	Czy pracowali Państwo nad „CEO profiling”? Jeśli tak, to proszę podać przykłady z ostatnich 2–3 lat:	
42	Public Advocacy / Affairs – proszę opisać, w jaki sposób i z jakim rezultatem prowadzili Państwo działania, w których wspierali Klientów w kształtowaniu zewnętrznego otoczenia w celu budowania korzystnych warunków do osiągnięcia celów biznesowych Klienta:	
43	ODPOWIEDŹ NA NINIEJSZY FORMULARZ PROSIMY ODESŁAĆ DO DNIA _____ NA ADRES _____ (uzupełnia Klient)	
44	OCZEKIWANA FORMA ODPOWIEDZI AGENCJI NA NINIEJSZY FORMULARZ: (uzupełnia Klient) np. - wypełniony niniejszy dokument w postaci pliku .xls oraz - prezentacja PDF maks. do 20 slajdów w odpowiedzi na pytania wymagające zaprezentowania prac, doświadczenia Agencji etc.	