



Operativni program
**KONKURENTNOST
I KOHEZIJA**



Europska unija
Zajedno do fondova EU



**EUROPSKI STRUKTURNI
I INVESTICIJSKI FONDOVI**

ALGEBRA d.o.o. za obrazovanje odraslih i usluge

Maksimirska 58 a

10 000 Zagreb

Naziv projekta: Unaprjeđenje konkurentnosti Algebre d.o.o. kroz informatizaciju

Naziv poziva na dostavu projektnih prijedloga: „POBOLJŠANJE KONKURENTNOSTI I
UČINKOVITOSTI MSP-a KROZ INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE
(IKT) - 2“

Poziv na dostavu ponuda

Naziv nabave:

Implementacija sustava za marketinšku automatizaciju

Evidencijski broj nabave: A4

Zagreb, studeni 2020. godine



Sadržaj

1. OPĆE INFORMACIJE O NABAVI	2
1.1. Podaci o Naručitelju	2
1.2. Evidencijski broj nabave: A4	2
1.3. Vrsta postupka nabave i vrsta ugovora	2
1.4. Sukob interesa	2
1.5. Objašnjenja i izmjene Poziva na dostavu ponuda	3
2. PODACI O PREDMETU NABAVE	3
2.1. Opis predmeta nabave	3
2.2. Opis poslova	4
2.3. Troškovnik i Tehničke specifikacije	15
2.4. Mjesto izvršenja predmeta nabave	15
2.5. Rok izvršenja ugovora	15
2.6. Izmjene i dopune ugovora	16
3. RAZLOZI ISKLJUČENJA PONUDITELJA	16
3.1. Obvezni razlozi isključenja	16
3.2. Dokazivanje	17
3.3. Težak profesionalni propust	17
4. UVJETI I DOKAZI SPOSOBNOSTI PONUDITELJA	17
4.1. Pravna i poslovna sposobnost	17
4.2.1. <i>Popis izvršenih usluga</i>	18
4.2.2. <i>Stručna sposobnost tehničkih stručnjaka</i>	19
4.2.3. <i>Oslanjanje na sposobnost drugih subjekata</i>	19
5. PONUDA	20
5.1. Sadržaj ponude:	20
5.2. Način podnošenja ponuda	20
5.3. Rok valjanosti ponude	21
5.4. Rok, način i uvjeti plaćanja	21
6. KRITERIJ ZA ODABIR PONUDE	22
7. PREGLED I OCJENA PONUDE	27
8. OSTALE ODREDBE	27
8.1. Zajednica gospodarskih subjekata	27
8.2. Podugovaratelji	27
9. JAMSTVA	28
9.1. Jamstvo za ozbiljnost ponude	28
9.2. Jamstvo za uredno ispunjenje ugovora	28



1. OPĆE INFORMACIJE O NABAVI

1.1. Podaci o Naručitelju

Naručitelj: ALGEBRA d.o.o. za obrazovanje odraslih i usluge
Adresa: Maksimirska 58 a, 10 000 Zagreb
OIB: 24919984448
Telefon: +385 12332861
Telefax: +385 12305004
e-pošta: info@algebra.hr
URL: www.algebra.hr

Osoba zadužena za komunikaciju s ponuditeljima

Kontakt osoba: Ozren Đurić Mikušević
Telefon: +385 (0)1 5809 383
e-pošta: projekti@algebra.hr

Nabava se provodi temeljem:

- a) Zakona o uspostavi institucionalnog okvira za provedbu europskih strukturnih i investicijskih fondova u Republici Hrvatskoj u financijskom razdoblju od 2014.-2020. (NN 92/14);
- b) Uredbe o tijelima u sustavima upravljanja i kontrole korištenja Europskog socijalnog fonda, Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda, u vezi s ciljem "Ulaganje za rast i radna mjesta" (107/14, 23/15, 129/15, 15/17 i 18/17 - Ispravak);
- c) Zajedničkih nacionalnih pravila, koje je donijelo Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije u skladu sa Zakonom o uspostavi institucionalnog okvira za korištenje strukturnih instrumenata Europske unije u Republici Hrvatskoj, Pravila br. 05 - Izvršavanje i upravljanje ugovorima o dodjeli bespovratnih sredstava, Priloga 4 - Postupci nabave za osobe koji nisu obveznici Zakona o javnoj nabavi.

1.2. Evidencijski broj nabave: A4

1.3. Vrsta postupka nabave i vrsta ugovora

Provodi se postupak javne nabave s objavom Poziva na dostavu ponuda. Naručitelj objavljuje Poziv na dostavu ponuda s pripadajućim prilogima na internetskoj stranici www.strukturnifondovi.hr.

Sklapa se ugovor o javnoj nabavi usluga.

1.4. Sukob interesa

Popis gospodarskih subjekata s kojima je naručitelj u sukobu interesa u smislu Priloga 4.



Poziva „Poboljšanje konkurentnosti i učinkovitosti MSP-a kroz informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT) - 2“ (referentni broj poziva KK.03.2.1.19 - inačica 1):

1. Pučko otvoreno učilište Algebra, Maksimirska 58a, 10000 Zagreb, OIB: 75935351143;
2. AGROTRG d.o.o., Božidara Magovca 18 B, 10000 Zagreb, OIB: 88376733185;
3. FREE SPIRIT d.o.o., Našička 61 E, 10000 Zagreb, OIB: 63659688527;
4. BIZ MEDIA d.o.o. za usluge, Maksimirska 58/a, 10000 Zagreb, OIB: 79230716494;
5. Visoko učilište Algebra, Ilica 242, 10000 Zagreb, OIB: 14575159920;
6. House of Poseidon, Palinovečka 41, 10 000 Zagreb, OIB: 59330664225;
7. DigiBoost d.o.o, Ilica 242, 10 000 Zagreb, OIB: 10843368196;
8. Digital talents d.o.o, Maksimirska 58a, 10 000 Zagreb, OIB: 22460103825;
9. PROJEKT JEDNAKO RAZVOJ d.o.o., Petrovaradinska 1, 10000 Zagreb, OIB: 09575099931.

1.5. Objašnjenja i izmjene Poziva na dostavu ponuda

- a. Za vrijeme roka za dostavu ponuda gospodarski subjekti mogu zahtijevati dodatne informacije vezane za Poziv na dostavu ponuda, a Naručitelj će odgovor staviti na raspolaganje putem web stranice na kojoj je objavljena originalna dokumentacija, bez otkrivanja identiteta gospodarskog subjekta.
- b. Pod uvjetom da je zahtjev dostavljen pravodobno, Naručitelj je obavezan odgovor staviti na raspolaganje najkasnije tijekom četvrtog (4) dana prije dana u kojem ističe rok za dostavu ponuda.
- c. Zahtjev je pravodoban ako je dostavljen Naručitelju najkasnije tijekom petog (5) dana prije dana u kojem ističe rok za dostavu ponuda.
- d. Ako iz bilo kojeg razloga pojašnjenje nije objavljeno najkasnije tijekom četvrtog (4) dana prije isteka roka za dostavu ponuda, Naručitelj je dužan produljiti rok za dostavu ponuda. Produljenje roka bit će razmjerno važnosti pojašnjenja te rok za dostavu ponuda neće biti kraći od pet (5) dana od dana objave izmjene.
- e. Tijekom roka za dostavu ponuda, Naručitelj može iz bilo kojeg razloga izmijeniti i/ili dopuniti Poziv na dostavu ponuda. Eventualne izmjene/dopune Poziva bit će stavljene na raspolaganje putem internetske adrese (www.strukturnifondovi.hr) na kojoj je objavljena originalna dokumentacija. Iste će biti objavljene najkasnije tijekom četvrtog (4) dana prije dana u kojem ističe rok za dostavu ponuda te će se rok razmjerno produljiti.
- f. Naručitelj ne snosi nikakvu odgovornost ukoliko ponuditelji nisu pravovremeno preuzeli pojašnjenja Poziva na dostavu ponuda te poziva ponuditelje da redovito prate objave na web stranici iz točke 1.3. ovog Poziva.

2. PODACI O PREDMETU NABAVE

2.1. Opis predmeta nabave

Predmet nabave je:

1. Razvoj specifičnog softvera za marketinšku automatizaciju:
 - a. Usluge softverske integracije postojećih sustava s MA sustavom
 - b. Migracije podataka, postavljanje ulaznih kanala, uspostava automatizacijskih procesa
 - c. Izrada strategije, inicijalnog sadržaja i implementacije automatizacije
 - d. Obavezni on-boarding, edukacija i mentoriranje



2. Troškovi korištenja SaaS usluge za marketinšku automatizaciju, minimalno godinu dana korištenja, po modulima:
 - a. marketinška automatizacija (na bazi 30.000 korisnika godišnje)
 - b. upravljanje prodajom (na bazi 10 agenata)
 - c. upravljanje korisničkom podrškom (na bazi 5 agenata)
 - d. temeljna baza svih kontakata, firmi i praćenja aktivnosti na web stranicama (na bazi 50 korisnika)

Detaljni tehnički i funkcionalni zahtjevi sustava dani su točki 2.2. (Opis poslova) te u Prilogu IV. – Tehničke specifikacije.

S obzirom na to da se radi o nadogradnji već postojećih sustava, gdje postoje zahtjevi tehničke interoperabilnosti s pojedinim robnim markama, iste su navedene u tehničkim specifikacijama (Microsoft Dynamics Business Central, Moodle, ALPS, Infoeduka, Gravity Forms, Wordpress, HubSpot, WooCommerce). U slučaju drugih robnih marki, tada se svako upućivanje na robnu marku smatra da je popraćeno izrazom „ili jednakovrijedno“ te ponuditelj može ponuditi jednakovrijedan proizvod.

2.2. Opis poslova

1. Izrada arhitekture i strukture podataka potrebnih za marketinšku automatizaciju (MA sustav)

Ugovaratelj mora zajedno s naručiteljem provesti sljedeće korake:

- a) Radionica za verifikaciju arhitekture svih poslovnih sustava
- b) Radionica za uspostavu strukture podataka
- c) Definiranje podataka koji se prenose pojedinim integracijskim servisima, iz kojih sustava, jednosmjerno/dvosmjerno, kojom frekvencijom (jednom dnevno, realno vrijeme, po potrebi itd.)
- d) Definiranje baze, svih polja i procedura za prepoznavanje istih kontakata (pogotovo paziti na podatke koji se importiraju iz trećih sustava, s posebnim osvrtom na postani-student podatke)
- e) Definiranje strukture i uspostava mape proizvoda u sustavu marketinške automatizacije
- f) Definiranje i uspostava zapisa podataka o predbilježenim i upisanim edukacijama
- g) Definiranje procesa za upravljanje prodajnim prilikama za specijalističku edukaciju, državnu maturu, programe obrazovanja i diplomatske studije
- h) Standardizacija mogućih tipova podataka i nomenklatura oznaka za buduća polja kojih trenutno nema
- i) Definiranje i implementacija korisnika i timova u prodaji, marketinškim komunikacijama i korisničkoj podršci u MA sustav
- j) Izrada finalne specifikacije za uspostavu sustava marketinške automatizacije

Cilj ovog koraka je uspostava pravila povezivanja i prikupljanja podataka o korisnicima na jednom mjestu, radi definiranja integracijskih sučelja, verifikacije procesa izdavanja ponuda, predračuna i računa te radnih procedura upravljanja



korisnicima i potencijalnim korisnicima iz sustava ALPS, Infoeduka, MS Business Central, web stranica i kanala društvenih mreža.

Algebra prati 160 različitih svojstava o korisnicima, stoga je potrebno definirati kako će se i na kojim entitetima bilježiti podaci, kako bi se isti kasnije mogli koristiti u automatizaciji ili generiranju dinamičkih mailing lista te definirati polja koja se povezuju s integracijskim servisima.

Uz svaku prodajnu priliku mora se povezati jednostavni ili složeni proizvod iz mape proizvoda, datum početka edukacije, vrijeme početka edukacije, lokacija, grad, učionica, predavač, je li uspješno završen program, seminar, studij ili je osoba odustala (s time da nisu sva polja obvezna).

2. Migracija starih podataka iz poslovnih sustava i baza u novi sustav marketinške automatizacije

Za potrebe migracije podataka iz postojećih sustava, sustav marketinške automatizacije mora imati mogućnost uvoza sljedećih podataka:

- a) Lista klijenata iz postojećih sustava za upravljanje korisnicima
- b) Lista kontakata iz postojećeg sustava za upravljanje korisnicima
- c) Mapa jednostavnih i složenih proizvoda iz sustava ALPS
- d) Mapa jednostavnih i složenih proizvoda iz sustava Infoeduka
- e) Lista polaznika na do sada održanim edukacijama
- f) Podaci o izdanim ponudama (eksport iz ALPS i Infoeduka)
- g) Podaci o izdanim računima (eksport iz ALPS, Infoeduka)
- h) Podaci o do sada prikupljenim prodajnim prilikama (.csv, .xls, .xml ili sličan strukturirani podatak)

Liste polaznika na do sada održanim edukacijama i podaci o povijesno prikupljenim prodajnim prilikama se vežu za prodajne prilike u raznim fazama te se uz njih moraju u MA sustavu povezati i ostali relevantni podaci kao što su poslovno područje te datum početka edukacije, vrijeme početka edukacije, cijena, lokacija, grad.

Integrirani sustav marketinške automatizacije sadrži minimalno sljedeće module:

- upravljanje marketinškim kampanjama i automatiziranim procesima usmjeravanja potencijalnih kupaca
- upravljanje prodajnim prilikama i automatiziranim procesima dodjele prodajnih prilika agentima u prodaji
- upravljanje korisničkom podrškom
- temeljna baza svih kontakata i firmi, koja sadrži sve prodajne prilike i interakcije korisnika s web stranicama i komunikacijskim kanalima
- izvještaji o aktivnostima i rezultatima

3. Uspostava integracije: WEB



U cilju uspostave sustava potrebno je uspostaviti aktivne integracije sustava za marketinšku automatizaciju (MA sustav) s postojećim web sjedištem Algebre (<https://www.algebra.hr>) i dodatne četiri domene (<https://www.mojweb.com.hr>, <https://www.tonimilun.com>, <https://student.racunarstvo.hr/>, <https://www.algebra.digital>) koje Algebra koristi.

Web sjedište Algebre sastoji se od petnaest WordPress multisite pod-stranica (pod krovnom domenom <https://www.algebra.hr>) i WooCommerce rješenja (<https://shop.algebra.hr>), koja skupno sadrže više od 100 aktivnih obrazaca za prikupljanje podataka o kupcima i prodajnim prilikama, ali i financijske transakcije.

MA sustav mora imati izgrađene integracijske servise za postojeće platforme koje Algebra koristi: WordPress, Gravity Forms, Mailchimp, Facebook Ads, Instagram, Google Ads, LinkedIn Ads,

Tijek podataka od WEB stranica do MA sustava mora funkcionirati na sljedeći način:

- a) Podaci o potencijalnim kupcima i prodajnim prilikama se na web stranicama prikupljaju korištenjem postojećih Gravity Forms dodataka unutar postojećeg WordPress sustava i putem Chat sustava kojeg tek treba implementirati te se bez potrebe za programiranjem povezuju s MA sustavom (putem gotovih „plugin“ rješenja)
- b) Ključ identifikacije korisnika su e-mail adresa, broj mobilnog uređaja ili OIB
- c) Ukoliko u MA sustavu već postoji korisnik, podaci koje prikuplja WEB forma ili Chat sustav se automatski povezuju s njime i ažuriraju ga
- d) Ukoliko u MA sustavu ne postoji korisnik, podaci koje prikuplja WEB forma ili Chat sustav automatski otvara profil za novog korisnika
- e) Otvaranje novih podatkovnih polja na kontaktu ili prodajnoj prilici se u MA sustavu automatski pokreće otvaranjem dotičnog polja na Gravity Forms obrascima
- f) Za potrebu verifikacije podataka od strane korisnika, u svakoj poslovnici koriste se tablet uređaji koji otvaranjem web formi iz ALPS-a povlače podatke o polazniku i preko kojeg osoba na svakoj lokaciji dopunjava i verificira svoje podatke, no istovremeno i popunjava GDPR privole
 - Privole se po potvrđivanju forme ažuriraju u MA sustavu kako bi se motivirala direktna komunikacija ili spriječila neželjena komunikacija s kupcem

Tijek podataka od MA sustava do WEB stranica funkcionira na sljedeći način:

1. Na strani MA sustava potrebno je razviti i detaljno dokumentirati API sučelje (Application Programming Interface) kojeg će prema potrebi pozivati programski kod na WEB stranici kako bi:
 - na temelju e-maila, OIB-a ili kombinacije imena i prezimena, preuzeo u realnom vremenu sve ostale podatke iz MA sustava, vezane za kontakt ili prodajnu priliku te ih prikazao na WEB stranici, s posebnim naglaskom na privole i interese



- na temelju podataka o tvrtki (OIB ili naziv tvrtke) preuzeo u realnom vremenu sve ostale podatke iz MA sustava, vezane za kompanije zabilježene u MA sustavu te ih prikazao na WEB stranici

4. Uspostava integracije: ALPS

ALPS je interni poslovni sustav (ERP) koji služi za administriranje i upravljanje Algebrinim resursima te financijsku potporu kroz izdavanje ponuda i računa. Podaci o kontaktima i prodajnim prilikama se trenutno iz web prijavnice šalju s WEB stranica u ALPS putem razvijenog API koji te podatke prima, obrađuje i sprema kao predbilježbu, upis, račun ili ponudu tako da ovom integracijom treba primarno pokriti izdavanje ponuda i računa, rubne slučajeve unosa i ažuriranja korisnika te sinkronizacije prodajnih prilika.

Tijek podataka od ALPS-a do MA sustava treba funkcionirati kroz razvijeno i detaljno dokumentirano API sučelje (Application Programming Interface) na strani MA sustava, kojeg će prema potrebi pozivati programski kod u ALPS sustavu i raditi izmjene na sljedećim entitetima:

1. Mapa jednostavnih i složenih proizvoda iz ALPS-a se sinkronizira s jedinstvenom mapom proizvoda u MA sustavu, unosom ili ažuriranjem podataka u ALPS formi
2. Podaci o prodajnim prilikama i kontaktima koje agenti prikupljaju direktno na upisnim mjestima ili putem telefona te ručno unose u ALPS sustav
 - a. Agent ručno unosi predbilježbu ili unos u termin osobe za određeni seminar ili složeni program obrazovanja, a MA sustav nakon potvrde u ALPS formi provjerava postojanje osobe u svojoj bazi:
 - ako postoji kontakt – kreira prodajnu priliku i s kontaktom povezuje sve relevantne podatke
 - ako kontakt ne postoji – kreira kontakt i prodajnu priliku te s kontaktom povezuje sve relevantne podatke
 - b. Agent ručno ažurira podatke o postojećoj osobi u ALPS-u, a nakon potvrde u ALPS formi, podaci vezani za tu osobu se ažuriraju i na kontaktu u MA sustavu
 - c. Agent ručno izradi ili ažurira ponudu za osobu ili grupu ljudi te se nakon potvrde u ALPS formi:
 - Podaci o ponudi se šalju u MA sustav u obliku JSON zapisa
 - U MA sustavu se generira zapis o ponudi: broj, stavke iz mape proizvoda
 - Uz ponudu se u MA sustavu vežu podaci o kupcu (firma/pojedinac) i kontakt osobama te se uz stavke ponude vežu i ostali korisnici
 - Ponuda se šalje kao PDF zapis u MA sustav
 - d. Agent ručno izradi ili ažurira račun za osobu ili grupu ljudi:
 - Podaci o računu se šalju u MA sustav u obliku JSON zapisa
 - U MA sustavu se generira prodajna prilika na temelju dobivenih podataka
 - U MA sustavu se generira popis usluga (jednostavnih ili složenih proizvoda) koji se povezuju s kontaktom, a obavezno sadrži datum



i vrijeme početka edukacije, termin održavanja, lokaciju, učionicu, predavača

- Ukoliko je račun napravljen temeljem ponude, generira se ili ažurira prodajna prilika kojoj se pridjeljuje ponuda
- Račun se šalje kao PDF zapis u MA sustav
- e. Agent ručno izbriše ili stornira račun za osobu ili grupu ljudi:
 - U MA sustavu se uz adekvatnu prodajnu priliku mijenja status u neaktivno/storno ili sl.
- 3. Podaci o prodajnim prilikama i kontaktima dostupni su putem polazničkog, učeničkog ili nastavničkog portala:
 - a. Svaki pojedinac može unutar zaštićenog profila mijenjati vlastiti set podataka
 - b. Osnovni set podataka o polazniku će se promjenom na zaštićenom portalu ažurirati i na kontaktu unutar MA sustava
- 4. Obveznik plaćanja može se unositi kroz administratorsko sučelje ALPSa, gdje se automatski vrši i provjera postoji li tvrtka s takvim OIB ili nazivom te pojedinac s takvom kombinacijom emaila, imena i prezimena u MA sustavu. Ako postoji, podaci se povlače u formu, a ukoliko ne, podaci novog kontakta/tvrtke uneseni kroz ALPS formu propagiraju i u MA sustavu MA sustave se unosi novi kontakt ili tvrtka

Tijek podataka od MA sustava do ALPS-a će funkcionirati putem detaljno dokumentiranog API sučelja (Application Programming Interface), razvijenog na strani MA sustava, a kojeg će prema potrebi pozivati programski kod u ALPS sustavu:

1. Za potrebe izrade ponuda iz ALPS sustava, podaci o tvrtki ili pojedincu na kojeg glasi ponuda se povlače u ALPS formu isključivo iz MA sustava
2. Za potrebe izrade računa iz ALPS sustava, podaci o tvrtki ili pojedincu na kojeg glasi račun se povlače u ALPS formu isključivo iz MA sustava
3. Opaska: ukoliko u MA sustavu ne postoji tvrtka ili pojedinac na čije ime glasi ponuda/račun, onda se podaci o kontaktu mogu unijeti i direktno kroz ALPS sučelje, ali uz verifikaciju na strani MA sustava

5. Uspostava integracije: Infoeduka

Infoeduka je sustav za organizaciju specifičnih seminara/kolegija i složenih edukacija. Infoeduka je još jedan Algebrin sustav iz kojeg se izrađuju ponude, predračuni i računi te se povezuju s polaznicima i obveznicima plaćanja – pojedincima ili tvrtkama.

S obzirom da se gotovo svi kontakti i prodajne prilike unose u MA sustav kroz Chat sustave, FB Messenger, WEB forme ili uvoz strukturiranih podataka (opisano u točki 8), fokus ove integracije je na izradi ponuda, predračuna i računa te ažuriranjima podataka od strane administratora (administratorsko sučelje) ili samih korisnika (studentski portal, nastavnički portal).

Tijek podataka od Infoeduke do MA sustava će funkcionirati kroz razvijeno i detaljno dokumentirano API sučelje (Application Programming Interface) na strani MA



sustava, kojeg će prema potrebi pozivati programski kod u Infoeduka sustavu te u JSON formatu prosljeđivati podatke za unos ili izmjene u MA sustavu.

Tijek podataka od sustava Infoeduka do MA sustava mora funkcionirati na sljedeći način:

1. Polaznik – unosi se kroz administratorsko sučelje Infoeduke, gdje se automatski vrši i provjera postoji li kontakt s takvom kombinacijom emaila, imena i prezimena u MA sustavu. Ako postoji, podaci se povlače u formu, a ukoliko ne, podaci novog kontakta uneseni kroz Infoeduka formu propagiraju i u MA sustav unosi se novi kontakt:
 - JMBAG, Ime, Prezime, Spol, Ime oca ili majke, Datum rođenja, JMBG, OIB, Mjesto rođenja, Županija rođenja, Država rođenja, Narodnost, Državljanstvo, Država stalnog boravišta, Mjesto stalnog boravišta, Poštanski broj, Poštanski ured, Ulica i kućni broj, Adresa u mjestu studija, Telefon, Mobitel, E-mail
 - Prethodno završena škola, Godina završetka škole, Visoko učilište na kojem je završen studij, Naziv završenog studija, Smjer završenog studija, Vrsta završenog studija, Razina završenog studija, Studira li student trenutno ili je ikada prije studirao na nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi u Republici Hrvatskoj?, Način studiranja, Zanimanje studenta, Strani student, Slika
2. Obveznik plaćanja – unosi se kroz administratorsko sučelje Infoeduke, gdje se automatski vrši i provjera postoji li tvrtka s takvim OIB ili nazivom te pojedinac s takvom kombinacijom emaila, imena i prezimena u MA sustavu. Ako postoji, podaci se povlače u formu, a ukoliko ne, podaci novog kontakta/tvrtke uneseni kroz Infoeduka formu propagiraju i u MA sustav unosi se novi kontakt ili tvrtka:
 - Pravna osoba: da/ne, Naziv obveznika plaćanja, OIB obveznika plaćanja, Adresa obveznika plaćanja, aktualni/neaktualni obveznik
3. Račun – priprema se kroz administratorsko sučelje IE i mora sadržavati minimalno sljedeće podatke koji se u JSON formatu prosljeđuju u MA sustav:
 - Obveznik plaćanja (tvrtka ili pojedinac, OIB, adresa, e-mail, mobitel), broj računa, mjesto, datum i vrijeme računa, način plaćanja, korisnik (pojedinac, ime i prezime, OIB, JMBAG, e-mail, mobitel), lista proizvoda iz IE mape proizvoda, jedinična cijena, količina, popust, cijena s popustom, iznos s porezom, ukupno za platiti, agent koji je izradio račun
4. Predračun – priprema se kroz administratorsko sučelje IE, **obvezuje na uplatu** i mora sadržavati minimalno sljedeće podatke koji se u JSON formatu prosljeđuju u MA sustav:
 - Obveznik plaćanja (tvrtka ili pojedinac, OIB, adresa, e-mail, mobitel), broj predračuna, mjesto, datum i vrijeme računa, korisnik (pojedinac, ime i prezime, OIB, JMBAG, e-mail, mobitel), lista proizvoda iz IE mape proizvoda, jedinična cijena, količina, popust, cijena s popustom, iznos s porezom, ukupno za platiti, model plaćanja, lista dospijeća plaćanja rata i iznosa rata (može ih biti do 12), model i poziv na broj, agent koji je izradio predračun



5. Ponuda – priprema se kroz administratorsko sučelje IE, **ne obvezuje na uplatu** i mora sadržavati minimalno sljedeće podatke koji se u JSON formatu proslijeđuju u MA sustav
 - Obveznik plaćanja (tvrtka ili pojedinac, OIB, adresa, e-mail, mobitel), broj predračuna, mjesto, datum i vrijeme računa, korisnik (pojedinac, ime i prezime, OIB, JMBAG, e-mail, mobitel), lista proizvoda iz IE mape proizvoda, jedinična cijena, količina, popust, cijena s popustom, iznos s porezom, ukupno za platiti, model plaćanja, lista dospijeća plaćanja rata i iznosa rata (može ih biti do 12), agent koji je izradio ponudu

Mapa jednostavnih i složenih proizvoda iz Infoeduke se sinkronizira s jedinstvenom mapom proizvoda u MA sustavu, unosom ili ažuriranjem podataka u Infoeduka administratorskoj formi.

Tijek podataka od MA sustava do Infoeduke će funkcionirati putem detaljno dokumentiranog API sučelja (Application Programming Interface), razvijenog na strani MA sustava, a kojeg će prema potrebi pozivati programski kod u Infoeduka sustavu:

1. Za potrebe izrade **ponuda** iz Infoeduka sustava, podaci o tvrtki ili pojedincu na kojeg glasi ponuda se povlače u ALPS formu isključivo iz MA sustava
2. Za potrebe izrade **predračuna** iz Infoeduka sustava, podaci o tvrtki ili pojedincu na kojeg glasi ponuda se povlače u ALPS formu isključivo iz MA sustava
3. Za potrebe izrade **računa** iz ALPS sustava, podaci o tvrtki ili pojedincu na kojeg glasi račun se povlače u ALPS formu isključivo iz MA sustava
4. Opaska: prije izrade ponude ili računa, ukoliko u MA sustavu ne postoji tvrtka ili pojedinac na čije ime glasi ponuda/račun, onda se isti mora ručno unijeti

6. Uspostava integracije: MS Dynamics Business Central

MS Dynamics Business Central (MS BC) je u Algebrinoj infrastrukturi središnji sustav za financijsko poslovanje i izvještavanje te se u njemu vode svi financijsko-računovodstveni dokumenti poput izlaznih i ulaznih računa, temeljnica, šifrnika poslovnih područja, potvrda o uplatama te temeljna baza izvještajnog sustava procjene uspješnosti poslovanja po područjima (prihodi i rashodi – tzv. Corporate Performance Management).

Tijek podataka od MS BC sustava do MA sustava će funkcionirati putem detaljno dokumentiranog API sučelja (Application Programming Interface), razvijenog na strani MA sustava i posebnih funkcionalnosti razvijenih na strani MS BC sustava, koje će prema potrebi pozivati programski kod u MA sustavu:

1. Prilikom unosa temeljnih podataka o dobavljaču, vanjskom suradniku, predavaču ili nastavniku, na strani MS BC sustava će se razviti funkcionalnost koja će prilikom unosa matičnih podataka, iste proslijediti u MA sustav putem razvijenog API sučelja, ukoliko tamo već ne postoje. Ukoliko postoje, u MA sustavu će se ažurirati i status firme ili pojedinca kao dobavljača.



2. Prilikom unosa ulaznih računa u MS BC sustav, iste će se putem razvijene funkcionalnosti na strani MS BC sustava i korištenjem razvijenog API sučelja na strani MA sustava, prosljeđivati i vezati uz kontakt ili tvrtku
3. Prilikom unosa potvrde o uplati temeljem računa, predračuna ili ponude, na strani MS BC sustava će se razviti funkcionalnost koja će temeljem OIB-a obveznika plaćanja i jedinstvenog broja računa/ponude/predračuna, u MA sustav proslijediti podatak o zaprimljenoj uplati koji će se kasnije koristiti i u automatizaciji pojedinih marketinških ili prodajnih procesa.

7. Uspostava integracije: Moodle LMS

Moodle LMS je sustav za upravljanje asinkronim online učenjem u kojem se kao sredstvo prijenosa znanja koriste prethodno snimljeni video materijali u standardiziranom formatu za e-učenje te online testovi.

Aktivnosti svakog korisnika se bilježe na razini pregledanosti svake lekcije, odgovora na testove i prisutnosti u određenom vremenu. LMS sustavu se pristupa putem web poddomene lms.algebra.hr.

Korisnik može samostalno otvoriti pristup Moodle LMS sustavu putem Gravity forme na web stranicama na način da forma prosljeđuje podatke u MA sustav, ali istovremeno poziva i LMS web servis te putem parametara prosljeđuje podatke u Moodle LMS (ime, prezime, e-mail, predefinirani skup seminara koji se definira na razini forme).

Praćenje aktivnosti pojedinog korisnika u MA sustavu tj. koji modul je otvorio ili kada se registrirao se radi putem praćenja web stranica Moodle LMS sustava, s obzirom da svaki modul ima svoju jedinstvenu identifikaciju.

8. Uspostava integracije: identifikacijska infrastruktura

MA sustav mora biti integriran putem Single-Sign-On metode s Algebrinim autentifikacijskim sustavom (MS Azure Active Directory) kako bi se omogućila jednostavna administracija korisnika te povećala sigurnost.

MA sustav također mora omogućiti integraciju Outlook klijenata svih korisnika, kako bi se e-mailovi koji idu prema kontaktima također bilježili i na pojedinom kontaktu u MA sustavu.

9. Organizacija ulaznih podataka potrebnih za upravljanje potencijalnim kupcem

Upiti potencijalnih korisnika prikupljaju se na sljedećim kanalima: WEB forme, e-mail adrese, Algebrini profili na društvenim mrežama (FB Messenger, Instagram Direct) te Chat forme koje su sastavni dio MA sustava i implementirane su na sve web stranice i domene Algebre.



MA sustav omogućava uspostavu jedinstvenog komunikacijskog mjesta tzv. omni-channel, kroz koje se automatski i ručno dodjeljuju pristigle prodajne prilike po timovima i specijalistima (npr. na sve e-mail i web upite odgovaraju za to dodijeljene skupine specijalista u prodaji, a na Chat i Messenger upite odgovaraju marketinške komunikacije).

Upiti s formi se, ovisno o namjeni, raspoređuju na prodajne prilike ili korisničke upite te se provode kroz jedan od 10 definiranih prodajnih procesa i/ili 5 automatiziranih marketinških procesa s ciljem poboljšanja konverzije konačne prodaje.

Prilikom zaprimanja interesa postojećeg korisnika na bilo kojem kanalu, svi dostupni podaci i dodatni interesi se pridružuju postojećim kontaktima kroz internu verifikaciju ugrađenu u MA sustav. Ako je riječ o novom korisniku, u MA sustav se unosi novi kontakt i eventualno pripadajuća firma te se automatski otvara nova prodajna prilika. U slučaju mogućih dvosmislene identifikacije (npr. ponovljeno ime i prezime koje ne kaže jednoznačno o kome je riječ) MA sustav će tražiti da administrator ručno razriješi dodjeljivanje prodajne prilike kontaktu.

MA sustav mora samostalno prepoznavati različite e-mail adrese ili imena korisnika putem sustava „kolačica“, ukoliko dolaze s istog računala, profila (accounta) ili povezanih Internet pretraživača (browsera).

Upravljanje uvozom strukturiranih podataka iz trećih izvora:

1. U MA sustavu će se pripremiti automatizirani ili ručni proces koji će jednom tjedno dohvaćati podatke s vanjskog izvora (.xls datoteka ili Google Sheets zapis), ažurirati postojeće i unositi nove prodajne prilike te bilježiti tjedne promjene prioriteta upisa na prodajnim prilikama, u mogućih 50 iteracija
2. Ovaj indikator moći će se pregledavati u bilo kojem trenutku vremena, kronološki na kontaktu i prodajnoj prilici
3. MA sustav mora imati integriran modul za uvoz prodajnih prilika i kontakata koji će iz predefinirane datoteke povezati sve zaprimljene podatke o kontaktima i prilikama te profitnom centru i događanju/eventu za koje se vežu

10. Uspostava marketinških procesa

Nakon uspostave aktivnih integracija između MA sustava i svih Algebrinih sustava, migracije povijesnih podataka, ponuditelj mora prilagoditi sve module i zahtijevane funkcionalnosti MA sustava:

- Povezivanje OmniChannel modula za dvosmjernu komunikaciju na svim traženim kanalima: e-mail, messengeri, web forme
- Integracija Live Chat funkcionalnosti na svim web stranicama naručitelja
- Povezivanje svih digitalnih oglašivačkih kanala komunikacija naručitelja u marketinškom modulu za pripremu i distribuciju kampanja
- Priprema i implementacija 20 predložaka za direktnu komunikaciju s klijentima i potencijalnim kupcima



- Uspostava središnjeg repozitorija kampanja i događanja, povezano s prodajnim prilikama i povratnim rezultatima
- Uspostava automatiziranog upravljanja i praćenja realizacija svih prodajnih prilika, povezano kroz integracije s drugim sustavima, a u svim fazama zrelosti kupca

11. Priprema sadržaja za procese marketinške automatizacije, izrada kampanja i izvještavanje

Ponuditelj mora na temelju ulaznih podataka naručitelja kreirati Strategiju razvoja sadržaja (*Content Strategy*) te provesti implementaciju i distribuciju iste kroz minimalno 5 automatiziranih marketinških procesa usmjerenih na kupca. U sklopu ovog koraka, ponuditelj mora pripremiti generalne procedure i implementacije automatiziranog generiranja prodajnih prilika, kao i procedure i implementacije automatiziranog usmjeravanja prodajnih prilika.

Aktivnosti u automatiziranim procesima se pokreću temeljem Lead Scoring pristupa, a koji se uspostavlja temeljem posjeta web stranicama, ispunjavanja web forme, klikova na određeni link, otvaranja e-mailova, vremenskim tempiranjem i putem prilagođenih okidača koje se može razvijati kroz Javascript. Komunikacija prema potencijalnom kupcu odvijat će se od MA sustava putem poslanih e-mailova ili instant poruka (razni Messengeri ili SMS poruke), pokretanja kampanja na oglašivačkim i društvenim mrežama, prosljeđivanjem podataka u JSON formatu.

Ponuditelj mora pripremiti 5 tipičnih prodajnih sekvenci koje će pozitivno ocjenjene prodajne prilike usmjeravati prema timovima i agentima, koji će ih zatim pregledavati i obrađivati kao zadatke (*Tasks*). U direktnoj komunikacije s kupcem agentima će biti omogućeno iz lokalno instaliranog i povezanog Outlook klijenta slati e-maile koji će se pratiti u MA sustavu, ali također i slanje e-mailova kroz prethodno pripremljene e-mail predloške (*Templates*) mogu koristiti WEB sučelje sustava.

Za agente koji daju podršku postojećim klijentima (npr. polaznici kojima treba izdati certifikat, pojedinci koji nisu dostavili dokumentaciju, studenti koji trebaju preuzeti literaturu, korisnici kojima treba izdati potvrde i sl.) ponuditelj će implementirati i prilagoditi sustav korisničke podrške u kojem će se obrađivati zahtjevi pristigli putem dediceranih kanala u obliku chat forme, web forme, e-maila ili Messengera na društvenim mrežama. Za svaki upit postojećih korisnika će se kreirati tzv. *Ticket* koji će se automatizirano dodjeljivati specijalistima, a koji će iste moći obrađivati i pratiti kroz MA sustav.

Ponuditelj mora pripremiti 5 scenarija za agente te automatizaciju 5 zadataka koji se dodjeljuju agentima u ovisnosti o vrsti upita i kanala komunikacije. Ponuditelj će implementirati i podesiti MA sustav za automatsko slanje upitnika o zadovoljstvu klijenta po dovršenom zadatku, kreiranje i slanje anketnih upitnika o korisničkom iskustvu te konfigurirati modul za ocjenu lojalnosti/preporuke klijenta.



Ponuditelj mora pripremiti 10 e-mail predložaka koji će se se povezivati s automatski ili ručno kreiranim marketinškim listama, a isti će sadržavati predefinirane dizajnerske i grafičke elemente, ali i personalizirane podatke koji se povlače iz baze MA sustava koji će imati implementiranu funkcionalnost vraćanja informacija o otvaranju, čitanosti i pregledavanju pojedinih linkova u MA sustav. Na sve automatizirane e-mailovi i predloške, ponuditelj mora implementirati automatsko generiranje potpisa agenata te mogućnost odjave s daljnjih komunikacija, čime su usklađeni s GDPR odredbama.

Ponuditelj mora prema smjernicama naručitelja generirati minimalno 20 izvještaja i 5 brzih prikaza tzv. *Dashboards* za specijaliste u marketinškim komunikacijama, rukovoditelja marketinških komunikacija, rukovoditelja prodaje i korisničke podrške, agente u prodaji poslovnim korisnicima i rukovoditelje poslovnih područja.

12. Implementacija upravljanja privolama, interesima i benefitima

Ponuditelj mora konfigurirati MA sustav da se za svaki pristigli upit putem WEB forme ili e-maila, pojedincu koji ga je uputio, automatski može generirati i poslati e-mail s provjerom je li zaista upit došao od njega. U automatiziranom e-mailu zainteresirani pojedinac će moći napraviti potvrdu prijave, iskaz interesa za daljnju marketinšku komunikaciju te odabir interesa, kroz tzv. „Double Opt-in“ provjeru.

Potencijalni Algebrini korisnici moći će upravljati privolama kroz sučelje na webu i adekvatne linkove u e-mailovima upućenim iz MA sustava, dok će ponuditelj u suradnji s naručiteljem omogućiti da postojeći korisnici mogu upravljati privolama kroz postojeće sustave – ALPS: polaznički, učenički i predavački portal; Infoeduka: studentski i nastavnički portal te studentska mobilna aplikacija.

Za potrebe naknadnih izmjena preferencija, interesa i GDPR privola za marketinšku komunikaciju prema potencijalnim korisnicima u MA sustavu ponuditelj mora u suradnji s naručiteljem razviti korisničko sučelje (Algebra klub) na WEB stranicama Algebre na kojem će potencijalni korisnik moći upravljati svojim interesima i privolama. Dvosmjerni prijenos podataka za ovu potrebu odvijat će se putem gotovog servisa ili razvijenog te detaljno dokumentiranog API sučelja na strani MA sustava.

Za **potencijalnog korisnika čija interes je prikupljen putem web formi** će se na njegovom kontaktu bilježiti sljedeće informacije: dozvola za marketinško komuniciranje, generički interesi (ne vertikalni ili tehnološki), informacije o LMS servisima i uslugama dostupnim za definiranu skupinu.

Za **ručno unesene korisnike ili polaznike** u ALPS sustavu (dolazak u poslovnicu, telefonski upis ili direktni import polaznika iz neke tvrtke) ponuditelj mora u suradnji s naručiteljem implementirati provjeru istih u MA sustavu te nakon dodjele istoga prodajnoj prilici, predračunu, ponudi ili računu, ukoliko navedeni kontakt ne postoji isti unijeti u MA sustav, nakon čega će im sustav automatski slati e-mail sa zamolbom za ažuriranje privola i preferencija.



Za **postojeće korisnike** koji mijenjaju svoje preferencije ponuditelj mora u suradnji s naručiteljem pripremiti izdvojeni modul na polazničkom (ALPS), učeničkom (ALPS), predavačkom (ALPS), studentskom (Infoeduka), nastavničkom (Infoeduka) portalu ili studentskoj mobilnoj aplikaciji (Infoeduka), koji će podatke o privolama povlačiti iz MA sustava te ih prikazivati u vlastitom sučelju, a nakon ažuriranja iste podatke automatski proslijediti u MA sustav na pripadajući kontakt.

Tijek podataka od MA sustava do Infoeduke i ALPS sustava će funkcionirati kroz razvijeno i detaljno dokumentirano API sučelje (Application Programming Interface) na strani MA sustava, kojeg će prema potrebi pozivati programski kod u Infoeduka i ALPS sustavima te raditi unos/izmjene.

13. Edukacija i mentoriranje korisnika i administratora sustava marketinške automatizacije

S ciljem brzog prihvatanja i uvođenja sustava u punu funkcionalnost, uz korištenje video materijala za samostalno učenje i certifikaciju, ponuditelj mora održati ukupno 50 sati frontalne edukacija uživo u učionici ili putem videokonferencijskog sustava, zasebno za administratore sustava, rukovoditelje i specijaliste te osigurati minimalno 50 dodatnih sati mentorske podrške za optimizaciju i unaprjeđenje marketinških i prodajnih procesa korištenjem funkcionalnosti MA sustava.

2.3. Troškovnik i Tehničke specifikacije

Troškovnik se nalazi u Prilogu II. ovog Poziva na dostavu ponuda.

Cijena ponude izražava se u kunama te mora u sebi sadržavati sve troškove i popuste. Jedinične cijene iz ponude su nepromjenjive tijekom trajanja ugovora o nabavi.

U cijenu ponude bez poreza na dodanu vrijednost moraju biti uračunati svi troškovi i popusti. Cijenu ponude ponuditelj iskazuje u Ponudbenom listu i posebno po stavkama u Troškovniku. Ponuditelj je dužan u ponudbenom listu upisati istu navedenu ukupnu cijenu bez poreza na dodanu vrijednost (PDV-a) iz Troškovnika, zatim iznos poreza na dodanu vrijednost (PDV-a) te ukupnu cijenu s porezom na dodanu vrijednost (PDV-om), zaokruženu na dvije decimale.

Tehničke specifikacije se nalaze u Prilogu IV. ovog Poziva na dostavu ponuda. Ponuditelj je obavezan ponuditi predmet nabave sukladno Tehničkim specifikacijama.

2.4. Mjesto izvršenja predmeta nabave

Predmet nabave isporučuje se na adresu Naručitelja: Ilica 242, Zagreb.

2.5. Rok izvršenja ugovora

Krajnji rok za izvršenje ugovora je 100 dana od obostranog potpisa ugovora o nabavi. Unutar roka za izvršenje ugovora, ponuditelji su dužni isporučiti rješenje prema navedenom opisu posla i tehničkim specifikacijama te testirati s Naručiteljem sve



funkcionalnosti na produkcijskoj okolini. Nakon uspješno provedenog testiranja i završetka svih popratnih poslova (priprema sadržaja i provedba edukacije za korisnike), potpisat će se primopredajni zapisnik (koji će sadržavati i detaljno opisane i dokumentirane integracije i integracijske modele).

Po završetku isporuke počinje teći 60-dnevni garancijski periodu u kojem će Ugovaratelj otkloniti sve eventualne nedostatke i unijeti sva procesna poboljšanja na koja bi mu mogao ukazati Naručitelj

2.6. Izmjene i dopune ugovora

Eventualne izmjene i dopune ugovora smatrat će se pravovaljanima samo ako su sastavljeni u pisanom obliku i priznate potpisom ovlaštenih osoba za zastupanje ugovornih strana te ukoliko nisu u suprotnosti s odredbama o izmjenama ugovora, utvrđenih u Općim uvjetima koji se primjenjuju na projekte financirane iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova u financijskom razdoblju 2014.-2020. – Prilog B. Ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava za projekte koji se financiraju iz EU fondova u financijskom razdoblju 2014.-2020. (Prilog 1. Poziva za dostavu projektnih prijedloga).

3. RAZLOZI ISKLJUČENJA PONUDITELJA

Dokumenti kojima se dokazuje da ne postoje razlozi za isključenje moraju biti na hrvatskom jeziku i latiničnom pismu.

U slučaju zajednice gospodarskih subjekata, okolnosti vezane uz razloge isključenja utvrđuju se za sve članove zajednice gospodarskih subjekata pojedinačno te se dokumenti kojima se dokazuje da ne postoje razlozi za isključenje moraju dostaviti za svakog člana zajednice gospodarskih subjekata.

Ako će dio ugovora o javnoj nabavi ponuditelj dati u podugovor jednom ili više podugovaratelja, okolnosti isključenja utvrđuju se pojedinačno i za podugovaratelje te je u ponudi potrebno dostaviti dokumente kojima se dokazuje da za podugovaratelja ne postoje razlozi za isključenje.

3.1. Obvezni razlozi isključenja

Naručitelj je obavezan isključiti ponuditelja iz postupka ako:

- a) je on ili osoba ovlaštena za njegovo zakonsko zastupanje pravomoćno osuđena za kazneno djelo sudjelovanje u zločinačkoj organizaciji, korupcije, prijevare, terorizma, financiranja terorizma, pranja novca, dječjeg rada ili drugih oblika trgovanja ljudima;
- b) se lažno predstavio ili pružio neistinite podatke u vezi s uvjetima koje je Naručitelj naveo kao razloge za isključenje ili uvjete kvalifikacije;
- c) je u stečaju, insolventan ili u postupku likvidacije, ako njegovom imovinom upravlja stečajni upravitelj ili sud, ako je u nagodbi s vjerovnicima, ako je obustavio poslovne aktivnosti ili je u bilo kakvoj istovrsnoj situaciji koja proizlazi iz sličnog postupka prema nacionalnim zakonima i propisima;
- d) je u posljednje dvije godine do početka postupka nabave učinio težak profesionalni propust koji Naručitelj može dokazati na bilo koji način;



e) nije ispunio obavezu plaćanja dospjelih poreznih obveza i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje, osim ako mu prema posebnom zakonu plaćanje tih obveza nije dopušteno ili je odobrena odgoda plaćanja;

Ako gospodarski subjekt namjerava dio ugovora o javnoj nabavi dati u podugovor jednom ili više podugovaratelja, gore navedene okolnosti utvrđuju se za sve podugovaratelje.

3.2. Dokazivanje

Nepostojanje razloga za isključenje iz točke 3.1. podtočke a) do e) ovog Poziva ponuditelj će dokazati **potpisanom izjavom** koju dostavlja s ponudom. Prijedlog navedene izjave čini **Prilog III. Poziva na dostavu ponuda**.

3.3. Težak profesionalni propust

Težak profesionalni propust u smislu točke 3.1.d) je postupanje ponuditelja u obavljanju njegove profesionalne djelatnosti protivno odgovarajućim propisima, kolektivnim ugovorima, pravilima struke ili sklopljenim ugovorima o javnoj nabavi, a koje je takve prirode da čini ponuditelja neprikladnom i nepouzdanom stranom ugovora o nabavi koji Naručitelj namjerava sklopiti. Težak profesionalni propust kod izvršenja ugovora o javnoj nabavi je takvo postupanje ponuditelja koje ima kao posljedicu značajne i/ili opetovane nedostatke u izvršenju bitnih zahtjeva iz ugovora koji su doveli do njegova prijevremenog raskida, nastanka štete ili drugih sličnih posljedica. Postojanje teškog profesionalnog propusta dokazuje Naručitelj na temelju objektivne procjene okolnosti svakog pojedinog slučaja.

4. UVJETI I DOKAZI SPOSOBNOSTI PONUDITELJA

Ponuditelj dostavlja tražene dokumente u izvorniku, u ovjerenoj ili neovjerenoj preslici. Naručitelj zadržava pravo, prije potpisivanja Ugovora, od ponuditelja koji je podnio ekonomski najpovoljniju ponudu zatražiti dostavu izvornika ili ovjerenih preslika svih onih dokumenata koji su u ponudi bili dostavljeni u neovjerenoj preslici, a koje izdaju nadležna tijela.

Dokumenti kojima se dokazuje sposobnost ponuditelja moraju biti na hrvatskom jeziku i latiničnom pismu.

4.1. Pravna i poslovna sposobnost

Ponuditelj svoju pravnu i poslovnu sposobnost mora dokazati upisom u sudski, obrtni, strukovni ili drugi odgovarajući registar države poslovnog nastana te u tu svrhu dostaviti:

- **odgovarajući izvod iz sudskog, obrtnog, strukovnog ili drugog odgovarajućeg registra države sjedišta gospodarskog subjekta ili**



- ako se dokument iz prethodne točke ne izdaje u državi sjedišta gospodarskog subjekta, moguće je dostaviti jednakovrijedni dokument nadležnog tijela države sjedišta gospodarskog subjekta ili izjave pod prisegom ili odgovarajuće izjave osobe koje je po zakonu ovlaštena za zastupanje gospodarskog subjekta ispred nadležne sudske ili upravne vlasti ili bilježnika ili nadležnog strukovnog ili trgovinskog tijela u državi sjedišta gospodarskog subjekta ili izjavu s ovjerenim potpisom kod javnog bilježnika.

Izvod, odnosno izjava ne smiju biti stariji od tri (3) mjeseca računajući od dana početka postupka javne nabave. Ponuditelj dostavlja tražene dokumente u izvorniku, u ovjerenj ili neovjerenj preslici.

U slučaju zajednice gospodarskih subjekata, svi članovi zajednice obvezni su pojedinačno dokazati svoju sposobnost iz ove točke. U slučaju podugovaratelja, svi podugovaratelji su obvezni dokazati svoju sposobnost iz ove točke.

4.2. Tehnička i stručna sposobnost

Naručitelj određuje uvjete tehničke i stručne sposobnosti kojima se osigurava da gospodarski subjekt ima potrebne ljudske i tehničke resurse te iskustvo potrebno za izvršenje ugovora na odgovarajućoj razini kvalitete.

Tehničku i stručnu sposobnost gospodarski subjekt dokazuje **popisom izvršenih usluga**.

4.2.1. Popis izvršenih usluga

Popis izvršenih usluga je popis usluga izvršenih u godini u kojoj je započeo postupak nabave i tijekom tri prethodne godine. Gospodarski subjekt mora dokazati da je u godini u kojoj je započeo postupak javne nabave i tijekom tri godine koje prethode toj godini uredno izvršio najmanje jednu isporuku implementacije sustava za marketinšku automatizaciju za klijenta od 100 i više zaposlenih.

Kao dokaz da ima traženu tehničku i stručnu sposobnost gospodarski subjekt dostavlja **popis izvršenih usluga** u godini u kojoj je započeo postupak javne nabave i tijekom tri godine koje prethode toj godini. Popis može biti slobodne forme, a obavezno mora sadržavati: **opis posla, vrijednost ugovora, datum izvršenja te naziv druge ugovorne strane**.

Obrazloženje:

Naručitelj traži navedene dokaze tehničkih sposobnosti jer poslovna politika izvrsnosti Naručitelja nalaže prepuštanje izvršenja predmeta nabave gospodarskim subjektima s odgovarajućim poslovnim iskustvom, dokazivog uredno pruženim uslugama vezanim uz isti ili sličan predmet nabave.

Traženi dokazi prema procjeni Naručitelja opravdana su osnova za dokazivanje tražene razine iskustva te jamcem poznavanja tehnologija traženih i nužnih za kvalitetno izvršenje predmeta nabave i uredno izvršenje ugovora.



4.2.2. Stručna sposobnost tehničkih stručnjaka

Gospodarski subjekt mora za izvršenje predmeta nabave imati na raspolaganju najmanje 5 (pet) stručnjaka sa radnim iskustvima kako slijedi:

- a. **Stručnjak 1 (Stručnjak za *inbound* marketing i prodaju)** koji posjeduje:
 - Završen preddiplomski sveučilišni studij ili preddiplomski stručni studij, odnosno obrazovanje sa stečenih najmanje 180 ECTS bodova
- b. **Stručnjak 2 (Stručnjak za e-mail marketing)** koji posjeduje:
 - Završen preddiplomski sveučilišni studij ili preddiplomski stručni studij, odnosno obrazovanje sa stečenih najmanje 180 ECTS bodova
- c. **Stručnjak 3 (Stručnjak za planiranje IT Enterprise arhitekture)** koji posjeduje:
 - Završen preddiplomski sveučilišni studij ili preddiplomski stručni studij, odnosno obrazovanje sa stečenih najmanje 180 ECTS bodova
- d. **Stručnjak 4 (Stručnjak za integracije i razvoj SQL modela podataka)** koji posjeduje:
 - Završen preddiplomski sveučilišni studij ili preddiplomski stručni studij, odnosno obrazovanje sa stečenih najmanje 180 ECTS bodova
- e. **Stručnjak 5 (Stručnjak za integracije poslovnih informacijskih sustava temeljnih na MS Dynamics Business Central platformi)** koji posjeduje:
 - Završen preddiplomski sveučilišni studij ili preddiplomski stručni studij, odnosno obrazovanje sa stečenih najmanje 180 ECTS bodova

Ponuditelj za potrebe ove točke Poziva dostavlja **popis nominiranih stručnjaka**. Navedeni stručnjaci moraju imati pisani navod o radnom iskustvu sukladno opisu.

Popis **potpisuje osoba ovlaštena za zastupanje ponuditelja**.

Ponuditelj je također dužan priložiti:

- **preslike diploma, certifikata, uvjerenja ili drugih jednakovrijednih dokumenata** kojim se nedvojbeno dokazuje da stručnjak posjeduje traženi stupanj obrazovanja

Ako tijekom realizacije ugovora netko od stručnjaka iz popisa bude zamijenjen nekim drugim stručnjakom koji ispunjava naprijed navedene uvjete, odabrani ponuditelj će Naručitelja o tome pisanim putem obavijestiti, bez odgađanja, uz dostavu svih naprijed navedenih podataka o tom stručnjaku. Ukoliko će ponuditelj tijekom realizacije ugovora mijenjati predloženog stručnjaka, zamjenski stručnjak mora posjedovati minimalno iste ili veće kvalifikacije od ponuđenog stručnjaka.

4.2.3. Oslanjanje na sposobnost drugih subjekata

Gospodarski subjekt može se osloniti na tehničku i stručnu sposobnost drugih subjekata radi dokazivanja ispunjavanja kriterija za odabir gospodarskog subjekta (uvjeta sposobnosti) bez obzira na pravnu prirodu njihova međusobnog odnosa.

Gospodarski subjekt može se u postupku javne nabave osloniti na sposobnost drugih subjekata radi dokazivanja ispunjavanja kriterija koji su vezani uz obrazovne i stručne



kvalifikacije ili uz relevantno stručno iskustvo, samo ako će ti subjekti pružati usluge za koje se ta sposobnost traži.

Naručitelj će provjeriti ispunjavaju li drugi gospodarski subjekti na čije sposobnosti se namjerava osloniti određeni gospodarski subjekt koji podnosi ponudu, propisane kriterije za odabir (uvjete sposobnosti), odnosno postoje li osnove za isključenje koje je naručitelj propisao ovom Dokumentacijom o nabavi.

Okolnost da će imati na raspolaganju resurse drugih subjekata gospodarski subjekt dokazuje ili izjavom drugog subjekta kojom drugi subjekt prihvaća obvezu stavljanja na raspolaganje gospodarskom subjektu resursa nužnih za izvršenje ugovora o javnoj nabavi ili sl.

Pod istim uvjetima, zajednica gospodarskih subjekata se može osloniti na sposobnost članova zajednice gospodarskih subjekata, podugovaratelja ili drugih subjekata.

5. PONUDA

5.1. Sadržaj ponude:

- Popunjeni ponudbeni list (Prilog I.)
- Popunjeni Troškovnik (Prilog II.),
- Potpisana izjava kojom ponuditelj dokazuje da ne postoje razlozi isključenja iz točke 3.1. (podtočke a) do e)) (Prilog III.)
- Popunjene Tehničke specifikacije (Prilog IV.)
- Dokazi sposobnosti iz točke 4.1.
- Dokazi sposobnosti iz točke 4.2.1. (Popis izvršenih usluga) i 4.2.2. (Popis nominiranih stručnjaka)
- Preslike diploma, certifikata, uvjerenja ili drugih jednakovrijednih dokumenata
- Životopisi nominiranih stručnjaka (Prilog V.)
- Certifikati nominiranih stručnjaka (točka 6. c Poziva)
- Jamstvo za ozbiljnost ponude iz točke 9.1. ovog Poziva na dostavu ponuda

5.2. Način podnošenja ponuda

Ponuda u zatvorenoj omotnici se na dokaziv način dostavlja do 19.11.2020. godine u 14:00 sati, na adresu:

Naručitelj: ALGEBRA d.o.o.

Adresa: Ilica 242, 10 000 Zagreb

Evidencijski broj nabave: A4

Predmet nabave: Implementacija sustava za marketinšku automatizaciju

Uz napomenu - „NE OTVARAJ“

Na poleđini:

< Naziv i adresa ponuditelja >

Ako omotnica nije označena u skladu sa zahtjevima iz ovog Poziva, Naručitelj ne preuzima



nikakvu odgovornost u slučaju gubitka ili preranog otvaranja ponude.

Ponuda mora biti izrađena u papirnatom obliku i otisnuta ili pisana neizbrisivom tintom, a predaje se u jednom izvorniku. Ponuditelj je dužan numerirati stranice ponude.

Ponuditelj može do isteka roka za dostavu ponuda dostaviti izmjenu i/ili dopunu ponude. Izmjena i/ili dopuna ponude dostavlja se na isti način kao i osnovna ponuda s obveznom naznakom da se radi o izmjeni i/ili dopuni ponude. U tom se slučaju ponude otvaraju obrnutim redoslijedom zaprimanja, a vremenom zaprimanja smatra se dostava posljednje verzije izmjene ponude.

Ponuditelj može do isteka roka za dostavu ponude pisanom izjavom odustati od svoje dostavljene ponude. Pisana izjava se dostavlja na isti način kao i ponuda s obveznom naznakom da se radi o odustajanju od ponude. U tom slučaju neotvorena ponuda se vraća ponuditelju.

5.3. Rok valjanosti ponude

Ponuda mora biti valjana 60 dana od krajnjeg roka za dostavu ponuda. Ponude s kraćim rokom valjanosti mogu biti odbijene.

5.4. Rok, način i uvjeti plaćanja

Plaćanje će se izvršiti na sljedeći način:

- 1) Račun za predujam na 50% ugovorenog iznosa u roku 7 dana od potpisa ugovora.
- 2) Račun na 20% ugovorenog iznosa, po isporuci prve faze usluga razvoja specifičnog softvera za marketinšku automatizaciju tj. uspostave svih integracija (WEB, ALPS, Infoeduka, MS Dynamics Business Central, Moodle LMS, identifikacijska infrastruktura), što će se potvrditi obostrano potpisanim primopredajnim zapisnikom.
- 3) Račun na 30% ugovorenog iznosa, po zaključenju svih poslova opisanih navedenim u opisu posla (sadržan u Pozivu na dostavu ponuda, Prilog 1), a koje zadovoljavaju i sve Tehničke specifikacije (sadržane u Prilogu 2). Preduvjet za ispostavu računa je i obostrano potpisan primopredajni zapisnik o završetku svih poslova nakon kojeg počinje 60-dnevni garancijski period.



6. KRITERIJ ZA ODABIR PONUDE

Kriterij odabira ponude je ekonomski najpovoljnija ponuda. Kriterij odabira i njihov relativni značaj prikazani su u tablici u nastavku.

Kriterij	Relativni značaj	Broj bodova
Cijena ponude	20%	20
Specifično iskustvo stručnjaka	25%	25
Certificiranost stručnjaka	35%	35
Trajanje licence	20%	20
Ukupno	100%	100

OPIS KRITERIJA I NAČIN UTVRĐIVANJA BODOVNE VRIJEDNOSTI:

Kriterij za odabir: Bodovi se zaokružuju na dvije decimale po matematičkom pravilu zaokruživanja na više.

a) Cijena ponude – K1

Naručitelj kao jedan od kriterija određuje cijenu ponude. Cijene u ponudi moraju biti izražene u kunama i to bez PDV-a za sve usluge koje su predmet nabave. U cijenu ponude bez PDV-a moraju biti uračunati svi troškovi i popusti, ako ih ponuditelj daje. Cijena ponude piše se brojkama.

Ponuđene cijene su nepromjenjive za vrijeme trajanja ugovora o javnoj nabavi.

Bodovanje - cijena:

Maksimalan broj bodova koji ponuditelj može dobiti prema ovom kriteriju je 20 (slovima: dvadeset). Onaj ponuditelj koji dostavi ponudu sa najnižom cijenom dobit će maksimalan broj bodova.

Bodovna vrijednost prema ovom kriteriju izračunava se prema slijedećoj formuli:

KRITERIJ K1: Najniža ponuđena cijena/cijena ponude * 20

b) Iskustvo stručnjaka – K2

Naručitelj kao sljedeći kriterij određuje iskustvo stručnjaka koji će raditi na izvršenju predmeta nabave. Maksimalni broj koji ponuditelj može dobiti po ovom kriteriju je 25 (slovima: dvadeset pet), a po pojedinom stručnjaku 5 bodova (slovima: pet).

Pod referentnim iskustvom sudjelovanja na projektu implementacije rješenja različito se vrednuje iskustvo stručnjaka 1 i 2 (marketinško-tehnološki stručnjaci), a drugačije iskustvo stručnjaka 3, 4, i 5 (projektno-integracijski stručnjaci). Kao iskustvo stručnjaka 1 smatrat će se projekti implementacije sustava marketinške automatizacije u tvrtkama koje



imaju minimalno 50.000 aktivnih kontakata u marketinškim listama. Kao iskustvo stručnjaka 2 uzimat će se u obzir rad s klijentom s velikim brojem izravnih marketinških kontakata u bazi sustava za marketinšku automatizaciju. Kao referentno iskustvo stručnjaka 3, 4 i 5 smatrat će se iskustvo vezano za ulogu u ovom projektu, u organizacijama većim od 150 zaposleni.

Obrazloženje:

Naručitelj već sad ima bazu od 100.000 aktivnih marketinških korisnika koja značajano raste svaki mjesec, stoga je iskustvo na implementaciji sustava za veliki broj korisnika od presudne važnosti za naručitelja.

KRITERIJI		Opis kriterija	Bodovi
Iskustvo stručnjaka	Radno iskustvo Stručnjaka 1 – Stručnjak za inbound marketing i prodaju	1 projekt	1
		2 projekta	3
		3 i više projekata	5
	Radno iskustvo Stručnjaka 2 – Stručnjak za e-mail marketing	Projekt s 50.000–99.999 marketing kontakata	1
		Projekt s 100.000–199.999 marketing kontakata	3
		Projekt s 200.000 i više marketing kontakata	5
	Radno iskustvo Stručnjaka 3 – Stručnjak za planiranje IT Enterprise arhitekture	1-2 projekta	1
		3-4 projekta	3
		5 i više projekata	5
	Radno iskustvo Stručnjaka 4 – Stručnjak za	1-2 projekta	1



	integracije i razvoj SQL modela podataka	3-4 projekta	3
		5 i više projekata	5
	Radno iskustvo Stručnjaka 4 – Stručnjak za integracije poslovnih informacijskih sustava temeljnih na MS Dynamics Business Central platformi	1-2 projekta	1
		3-4 projekta	3
		5 i više projekata	5

Naveden kriterij kvalitete će se dokazivati putem životopisa nominiranih stručnjaka. Životopis svakog predloženog stručnjaka izrađuje se na predlošku koji se nalazi u Prilogu V. u sklopu ove dokumentacije te ga je ponuditelj dužan primijeniti.

c) Certificiranost stručnjaka – K3

Naručitelj kao sljedeći kriterij određuje kvalifikacije stručnjaka koji će raditi na izvršenju predmeta nabave te posjedovanje traženih certifikata. Maksimalni broj koji ponuditelj može dobiti po ovom kriteriju je 35 (slovima: trideset pet), a po pojedinom stručnjaku prema tablici dolje.

KRITERIJI		Opis kriterija	Bodovi
Kvalifikacije stručnjaka	Certifikati Stručnjaka 1 – Stručnjak za inbound marketing i prodaju	HubSpot Content Marketing Certified ili jednakovrijedno HubSpot Inbound Marketing Certified ili jednakovrijedno HubSpot Inbound Sales Certified ili jednakovrijedno Google Analytics Individual Qualification ili jednakovrijedno	7
	Certifikati Stručnjaka 2 – Stručnjak za e-mail marketing	HubSpot Email Marketing Certified ili jednakovrijedno HubSpot Inbound Certified ili jednakovrijedno	7
	Certifikati Stručnjaka 3 – Stručnjak za planiranje IT Enterprise arhitekture	Open Group TOGAF 9 ili jednakovrijedno PMI Project Management Professional (PMP) ili jednakovrijedno	7



Certifikati stručnjaka 4 – Stručnjak za integracije i razvoj SQL modela podataka	70-767 Implementing a Data Warehouse ili jednakovrijedno 70-768 Developing SQL Data Models ili jednakovrijedno 70-448 MS SQL Server, Business Intelligence Development and Maintenance ili jednakovrijedno	7
Certifikati stručnjaka 5 – Stručnjak za integracije poslovnih informacijskih sustava temeljnih na MS Dynamics Business Central platformi	MB6-894 Development, Extensions and Deployment for Microsoft Dynamics 365 ili jednakovrijedno	7

Ukoliko nominirani stručnjaci ne posjeduju tražene certifikate po ovom kriteriju neće ostvariti bodove. Da bi ostvario bodove stručnjak mora imati sve tražene kriterije po pojedinom profilu.

Navedeni kriteriji kvalitete će se dokazivati dostavom preslika traženih certifikata. Certifikati mogu biti i na engleskom jeziku, odnosno nije potrebno vršiti prijevod istih na hrvatski jezik. Certifikati moraju glasiti na ime stručnjaka koji su nominirani za pojedine profile sukladno popisu nominiranih stručnjaka.

U slučaju postojanja sumnje u istinitost podataka dostavljenih od strane gospodarskog subjekta, Naručitelj može dostavljene podatke provjeriti kod izdavatelja dokumenta, nadležnog tijela ili treće strane koja ima saznanja o relevantnim činjenicama.

Obrazloženje:

Certifikati potvrđuju da stručnjaci posjeduju znanja i vještine neophodne za implementaciju složenih marketinških i tehnoloških rješenja. Certificirani stručnjaci osiguravaju veću efikasnost u implementaciji IT sustava i osiguravaju pravovremeno izvršavanje projekata¹. Izvršenje predmeta nabave se može povjeriti jedino ponuditelju koji je dokazao traženu razinu stručnosti i iskustva svojih marketinških i tehnoloških stručnjaka koji će izvršavati predmet nabave. Moderni procesi i sustavi za marketinšku automatizaciju oslanjaju se na tzv. tehniku *Inbound* marketinga. ***Inbound* marketing je način privlačenja kupaca do proizvoda i usluga plasiranjem pravovremenih marketinških sadržaja, ciljane promocije na društvenim mrežama, optimizacije za tražilice, dostupnosti na svim kanalima komunikacije i dinamičke procjene spremnosti za kupnju². *Inbound* mijenja odnos između organizacije i potencijalnog kupca jer za razliku od klasičnog marketinga koji jednosmjerno plasira proizvod kroz razne kanale, *Inbound* stvara svijest, privlači nove kupce kanalima kao što su zanimljivi sadržaji, infografike, obrasci, white papers, upitnici ili korisne informacije na mailu, društvenim mrežama ili blogovima. Naručitelj se u Enterprise arhitekturi postojećih IT**

¹ Prema IDC izvještaju "IT Certifications: Shorter Road to Valuable Positions"
http://download.microsoft.com/download/E/4/1/E4101D56-EBEE-49C1-806E-2A22A5CCF79D/BVW_Microsoft_US40548215.pdf?cid=20346

² https://en.wikipedia.org/wiki/Inbound_marketing



rješenja oslanja na tehnologije kao što su MS SQL Server, MS Dynamics 365 Business Central te zato traži navedenu stručnu sposobnost marketinških i tehnoloških stručnjaka, naročito u području integracije i povezivanja sustava za marketinšku automatizaciju s postojećim sustavima. U protivnom, Naručitelj ulazi u veliki poslovni rizik vezan uz uredno izvršenje predmeta nabave.

d) Trajanje licence – K4

Naručitelj kao sljedeći kriterij određuje trajanje licence. Ponuditelji su u ponudi dužni ponuditi licencu za prava korištenja pojedinih modula, u trajanju od minimalno godinu dana, međutim ponuda koja uključuje vremenski neograničenu licencu tj. trajnu licencu bit će dodatno vrednovana:

Modul	Trajanje licence	Bodovi
Upravljanje marketinškim kampanjama i automatiziranim procesima usmjeravanja potencijalnih kupaca	1 godinu	0
	Vremenski neograničeno	5
Upravljanje prodajnim prilikama i automatiziranim procesima	1 godinu	0
	Vremenski neograničeno	5
Upravljanje korisničkom podrškom i automatiziranim procesima	1 godinu	0
	Vremenski neograničeno	5
Temeljna baza svih kontakata i firmi koja prati interakcije korisnika s web stranicama i komunikacijskim kanalima	1 godinu	0
	Vremenski neograničeno	5

Navedeni kriterij dokazuje se navođenjem da se radi o vremenski neograničenoj licenci u tehničkim specifikacijama (Prilog IV.)

Maksimalni broj koji ponuditelj može dobiti po ovom kriteriju je 20 (slovima: dvadeset). Licence u trajanju od godinu dana neće biti dodatno bodovane.

Obrazloženje:

Kako bi dobio najveću vrijednost za novac, naručitelj je odredio dodatan kriterij - trajanje licence kao tehničku prednost jer će time osigurati manje operativne troškove u budućnosti.

Ukupna cijena ponude (UCP) izračunava se kao zbroj bodova prema navedenim kriterijima te će ekonomski najpovoljnija ponuda biti ponuda sa najvećim zbrojem bodova.



$$UCP = K1 + K2 + K3 + K4$$

Ako su dvije ili više ponuda jednako rangirane prema kriteriju za odabir ponude, odabrana ponuda će biti ponuda koja je ranije zaprimljena.

7. PREGLED I OCJENA PONUDE

Naručitelj je obavezan na temelju rezultata pregleda i ocjene ponuda odbiti:

- ponudu koja nije cjelovita,
- ponudu koja je suprotna odredbama Poziva na dostavu ponuda,
- ponudu u kojoj cijena nije iskazana u apsolutnom iznosu,
- ponudu koja sadrži pogreške, nedostatke odnosno nejasnoće ako pogreške, nedostaci, odnosno nejasnoće nisu uklonjive,
- ponudu u kojoj pojašnjenjem ili upotpunjavanjem u skladu s ovim pravilima nije uklonjena pogreška, nedostatak ili nejasnoća,
- ponudu koja ne ispunjava uvjete vezane za svojstva predmeta nabave, te time ne ispunjava zahtjeve iz Poziva na dostavu ponuda,
- ponudu za koju ponuditelj nije pisanim putem prihvatio ispravak računske pogreške.

8. OSTALE ODREDBE

8.1. Zajednica gospodarskih subjekata

Više gospodarskih subjekata može se udružiti i dostaviti zajedničku ponudu, neovisno o uređenju njihova međusobnog odnosa. Odgovornost ponuditelja iz zajednice gospodarskih subjekata je solidarna.

Ponuda zajednice gospodarskih subjekata mora sadržavati podatke o svakom članu zajednice gospodarskih subjekata, kako je određeno u ponudbenom listu, uz obveznu naznaku člana zajednice gospodarskih subjekata broj 1 koji će se nazivati „Ponuditelj“ i bit će ovlašten za komunikaciju s Naručiteljem.

Svaki član iz zajednice gospodarskih subjekata dužan je uz zajedničku ponudu dostaviti sve dokumente na temelju kojih se utvrđuje postoje li razlozi za isključenje te dokaz o upisu u sudski obrtni, strukovni ili drugi odgovarajući registar, a svi zajedno dužni su dokazati (kumulativno) zajedničku sposobnost ostalim navedenim dokazima sposobnosti. U zajedničkoj ponudi mora biti navedeno koji će dio ugovora o javnoj nabavi (predmet, vrijednost i postotni dio) izvršavati pojedini član zajednice gospodarskih subjekata. Naručitelj neposredno plaća svakom članu zajednice gospodarskih subjekata za onaj dio ugovora o javnoj nabavi koji je on izvršio, ako zajednica gospodarskih subjekata ne odredi drugačije.

8.2. Podugovaratelji

Ako gospodarski subjekt namjerava dati dio ugovora o javnoj nabavi u podugovor jednom ili više podugovaratelja, dužni su u ponudi navesti sljedeće podatke:

- naziv ili tvrtku, sjedište, OIB, (ili nacionalni identifikacijski broj prema zemlji sjedišta gospodarskog subjekta, ako je primjenjivo), IBAN/broj računa podugovaratelja,
- predmet, vrijednost podugovora i postotni dio ugovora o javnoj nabavi koji se daje u podugovor.



Naručitelj neposredno plaća svakom podugovaratelju za onaj dio ugovora o javnoj nabavi koji je on izvršio.

Ako ponuditelj ne dostavi podatke o podugovaratelju, smatra se da će cjelokupni predmet nabave izvršiti samostalno.

Sudjelovanje podugovaratelja ne utječe na odgovornost ponuditelja za izvršenje ugovora.

9. JAMSTVA

9.1. Jamstvo za ozbiljnost ponude

Ponuditelj je obavezan u ponudi dostaviti jamstvo za ozbiljnost ponude u obliku bankarske garancije ili novčanog pologa u iznosu od 8.000,00 kn.

Ukoliko ponuditelj dostavlja jamstvo u obliku bankarske garancije na poziv, u garanciji mora biti navedeno sljedeće:

- Da je korisnik garancije ALGEBRA d.o.o.,
- Da se garant obvezuje bezuvjetno, neopozivo i na prvi pisani poziv korisnika garancije, bez prigovora isplatiti iznos od 8.000,00 kuna.

Jamstvo za ozbiljnost ponude dostavlja se u izvorniku i preslici. **Izvornik** se dostavlja u zatvorenoj plastičnoj foliji i čini sastavni dio ponude uvezane u cjelinu. Jamstvo ne smije biti ni na koji način oštećeno (bušenjem, klamanjem i sl.), a što se ne odnosi na uvezivanje od strane javnog bilježnika. **Presliku** jamstva potrebno je **uvezati u ponudu** kao i ostale stranice ponude.

Jamstvo će biti naplaćeno u slučajevima odustajanja ponuditelja od svoje ponude u roku njezine valjanosti, dostavljanja neistinitih podataka i odbijanja potpisivanja ugovora o nabavi.

Rok valjanosti jamstva ne smije biti kraći od roka valjanosti ponude, a ponuditelj može dostaviti i jamstvo koji ima duži rok.

Ukoliko ponuditelj kao jamstvo za ozbiljnost ponude daje novčani polog u traženom iznosu, dokaz o uplaćenom pologu na temelju kojeg se može utvrditi da je transakcija izvršena ponuditelj dostavlja u svojoj ponudi, pri čemu se dokazom smatraju i neovjerene preslike ili ispisi provedenih naloga za plaćanje, uključujući i onih izdanih u elektroničkom obliku. Odredbe koje se odnose na jamstvo za ozbiljnost ponuda na odgovarajući se način primjenjuju i na novčani polog. Novčani polog se vraća bez kamata.

U slučaju uplate novčanog pologa, ponuditelj je obavezan novčani polog uplatiti na žiro račun Naručitelja: HR0223600001101285178, model: HR00 s pozivom na broj: **OIB ponuditelja**.

Ako istekne rok valjanosti ponude, Naručitelj će tražiti od ponuditelja produženje roka valjanosti ponude. Ako jamstvo za ozbiljnost ponude ne bude naplaćeno, Naručitelj će ga vratiti ponuditelju u roku od 10 dana od potpisa ugovora, odnosno nakon dostave jamstva za uredno ispunjenje ugovora.

9.2. Jamstvo za uredno ispunjenje ugovora



Odabrani ponuditelj je obvezan u roku od 15 dana od potpisa ugovora o javnoj nabavi dostaviti Naručitelju jamstvo za uredno ispunjenje ugovora u obliku bjanko zadužnice, bankarske garancije ili novčanog pologa u visini od 10% (deset posto) od vrijednosti ugovora (bez PDV-a).

Uvjeti izdavanja svakog pojedinog oblika jamstva određeni u točki 9.1. ovog Poziva, primjenjuju se i na jamstvo iz ove točke Poziva.

Jamstvo će biti naplaćeno u slučaju povrede ugovornih obveza od strane odabranog ponuditelja. Jamstvo za uredno ispunjenje ugovora bit će vraćeno u roku od 15 dana od urednog izvršenja ugovora i potpisa Zapisnika o primopredaji.

U Zagrebu, studeni 2020.

PRILOZI:

- Prilog I – Ponudbeni list
- Prilog II – Troškovnik
- Prilog III – Izjava o nepostojanju sukoba interesa
- Prilog IV – Tehničke specifikacije
- Prilog V – Predložak životopisa
- Prilog VI – Prijedlog ugovora