



magyar
public
relations
szövetség

A MAGYAR PUBLIC RELATIONS SZÖVETSÉG

AJÁNLÁSA PUBLIC RELATIONS TENDEREK LEBONYOLÍTÁSÁHOZ

2019. október 18.

Hivatalos székhely: 1065 Budapest, Nagymező u. 3.

Levelezési cím: 1111 Budapest, Karinthy Frigyes u. 14. fs.4.

mprsz@mprsz.hu; titkarsag@mprsz.hu; www.mprsz.hu; www.facebook.com/mprsz

Az ajánlásról

A Magyar Public Relations Szövetség elkötelezett a public relations szolgáltatások pályáztatásának fejlesztése iránt. Az ajánlás célja annak elősegítése, hogy ajánlatkérői és a pr-ügynökségi oldal egymás tiszteletén és kölcsönös erőfeszítésen alapuló pályáztatási folyamatban vegyen részt, és emellett mindkét oldal számára lehetővé tegye egymás képességeinek, kapacitásainak, szándékainak és motivációinak megismerését, annak érdekében, hogy egymással hatékony és jól együttműködő kapcsolatot alakíthassanak ki.

Az MPRSZ ajánlását segítő útmutatóként bocsájtja ki, mely a piaci szereplők számára nem lehet kötelező érvényű.

Az MPRSZ fenntartja az ajánlás megváltoztatásának jogát, különös tekintettel olyankor, ha új piaci körülmény ezt indokolja. Az ajánlás aktuális verziójának a MPRSZ honlapján (www.mprsz.hu) közzétett verziót kell tekinteni.

Az ajánlást kiegészíti a szakma mindenkori etikai normáit meghatározó, nemrégiben aktualizált MPRSZ Etikai Kódex, amelyet a szervezet közgyűlése 2019. május 22-én fogadott el és amely itt érhető el: <http://www.mprsz.hu/etikai-kodex/>

Az ajánlott lebonyolítási elvek vezetői összefoglalója

1. Az ajánlatkérő a tenderfelhíváskor nevezze meg, hogy mely pr-ügynökségeket hívta meg a tenderre és az első körben maximum 10 pr-ügynökségtől kérjen a referenciákat bemutató anyagot!
2. A bemutatkozó anyagok alapján a második körbe maximum 5 ügynökség kerüljön, számukra adjon az ajánlatkérő egy próbafeladatot! Az ajánlatkérő ne kérjen éves stratégiát és akcióterveket!
3. Minden második körbe jutott ügynökség kapjon lehetőséget az ajánlat személyes prezentálására!
4. A pr-ügynökség titoktartási nyilatkozatban kötelezze magát arra, hogy az ajánlat kidolgozása során tudomására jutott üzleti titkokat megtartja!
5. Az ajánlatkérő a tender kiírása során intervallumok között, nagyságrendileg nevezze meg, hogy számára mi az ügynökségi (éves, havi, egyszeri, kampány, stb.) díj elfogadható mértéke és adja meg a teljes éves, illetve kampány kommunikációra szánt büdzsét!
6. A pr-ügynökség a részletes ajánlatának kidolgozása előtt egyeztesse az ajánlatkérővel, hogy számára intervallumok között, nagyságrendileg milyen ügynökségi díjazás mellett végezhető majd el a pr-ügynökség által meghatározott feladat!
7. Az ajánlatkérő részletes briefben tájékoztassa a pr-ügynökségeket arról, hogy milyen feladatok kidolgozását várja el tőlük!



8. Az ajánlatkérő a briefben írja le a számára ideális ügynökségi partnert, valamint azt, hogy milyen szempontrendszer alapján fogja azt kiválasztani és nevesítse, hogy milyen célok és mutató elérése esetében tekinti majd sikeresnek az együttműködést!
9. Az ajánlatkérő ne írjon elő mennyiségi követelményeket a szakmailag széles körben elfogadott etikai elvek szerint nem mennyiségi mutatókkal mérhető public relations feladatokkal kapcsolatban, különös tekintettel a sajtómegjelenések számára, a rendezvényein megjelenő újságírók számára, az ajánlatkérő szakértőivel leszervezett interjúk számára, vagy a közösségi média követők és csatlakozók számára vonatkozóan.
10. Az ajánlatkérő tartsa tiszteletben harmadik felek szerzői jogait, és az ügynökségi díjba ne építse be sem a sajtófigyelés, sem a képek, fotók, illusztrációk, filmek és hanganyagok felhasználásának díját!
11. Az ajánlatkérő az ügynökség kiválasztása során egyaránt vegye figyelembe az elvégzett próbafeladatok és leadott tenderanyagok minőségét, valamint a pr-ügynökségeknek az adott tevékenységgel kapcsolatos referenciáit, írott esettanulmányait és elnyert szakmai díjait!
12. Az ajánlatkérő az ügynökség kiválasztása során elsősorban ne azt vegye figyelembe, hogy az ügynökség rendelkezik-e az ajánlatkérő iparágára vonatkozó referenciákkal, hanem azt, hogy az ügynökség milyen referenciákkal rendelkezik az egyes elvégzendő feladatokkal kapcsolatban (pl. sajtótájékoztató szervezése esetén az ügynökség milyen tapasztalatokkal rendelkezik ezen a területen).
13. Az ajánlatkérő fizessen díjat minden pr-ügynökség számára a próbafeladatok elvégzéséért!
14. Amennyiben az ajánlatkérő a nem nyertes pr-ügynökség által a tenderanyagokban megfogalmazott ötletek közül valamelyiket szeretné felhasználni, úgy az ötlet szerzői jogát a pr-ügynökséggel egyeztetve annak részére fizesse meg!
15. Amennyiben az ajánlatkérő nem rendelkezik tapasztalatokkal pr-tenderek lebonyolítása területén (például a leadott anyagokat olyan munkavállalók bírálják el, akik még soha nem vettek részt tender elbírálásában), úgy ajánlatkérő a tender lebonyolításához vonjon be külső szakértőt – ezt a Magyar Public Relations Szövetség biztosítani tudja.