**FORMULARZ SZACOWANIA WARTOŚCI ZAMÓWIENIA**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa firmy: |  |
| Adres firmy: |  |
| Osoba do kontaktu: |  |
| Dane kontaktowe (telefon, e-mail): |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Łączny cena całego zamówienia**  **(wartość netto bez VAT)** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Specyfikacja oferowanej usługi** | Audyt wzorniczy – analiza działalności Zamawiającego pod względem potencjału i potrzeb wzorniczych.  Audyt obejmuje m.in.: • analizę wzorniczą Zamawiającego w zakresie oferty produktowej, • w zakresie modelu biznesowego, • w zakresie technologii, • w zakresie struktury organizacyjnej, • w zakresie procesów komunikacji, • w zakresie strategii marketingowej, • w zakresie zdefiniowania i charakterystyki klientów i konkurencji oraz kluczowych w kontekście Zamawiającego trendów branżowych, • w zakresie zarządzania wzornictwem, • analizę oferty pod kątem wykorzystania wzornictwa i potencjału rynkowego Zamawiającego.  Strategia wzornicza- raport z przeprowadzonego audytu wzorniczego zawierający co najmniej następujące elementy: • ogólną charakterystykę firmy zawierającą analizę wzorniczą Zamawiającego w zakresie produktów, technologii, struktury organizacyjnej, procesów komunikacji z klientem, strategii marketingowej,  • ogólny opis otoczenia Zamawiającego w zakresie designu zawierający co najmniej informacje odnośnie charakterystyki klientów, opis głównych konkurentów, opis trendów rynkowych,  • określenie kluczowych w kontekście Zamawiającego trendów branżowych, społecznych i technologicznych o dużym potencjale wpływu na rynek Zamawiającego,  • ocenę poziomu wykorzystania wzornictwa w firmie Zamawiającego oraz jej potencjału w tym zakresie,  • zdefiniowanie problemów wzorniczych w firmie Zamawiającego, przy czym problemy te mogą dotyczyć zarówno produktu, jak i innych procesów biznesowych w firmie Zamawiającego |
| **Termin wykonania zmówienia od momentu podpisania umowy z wykonawcą.**  **(wartość podana w miesiącach/dniach)** |  |

Niniejsze szacowanie zostaje przeprowadzone w celu określenia rynkowej wartości zamówienia, nie stanowi oferty w myśl art. 66 Kodeksu cywilnego, a także nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

………….………

Podpis i data