

PREGLED POSTUPKA #102361

1 PODACI O NARUČIOCU

Naziv naručioca	TURISTIČKA ORGANIZACIJA OPŠTINE BUDVA
PIB	02410575
E-mail	info@budva.travel
Telefon	033/402-814
Internet adresa	www.budva.travel
Fax	033/402-550
Adresa	Meditranska 8/6 TQ Plaza
Grad	Budva
Poštanski broj	85310

2 OSNOVNI PODACI

Opis predmeta javne nabavke	Online regionalna promocija
Status	U toku
Vrsta predmeta	Usluge
Vrsta postupka	Jednostavna nabavka
Službenik za javne nabavke	Šćepan Vavić
Kontakt	darja.marovic@budva.travel;
Datum objave	29.10.2025. 09:25
Napomena	-

3 FAZE U POSTUPKU

Vrsta faze	Opis	Početak podnošenja	Kraj podnošenja	Datum otvaranja	Status
Zahtjev za podnošenje ponuda	Zahtjev za podnošenje ponuda	29.10.2025 09:25	05.11.2025 10:00	05.11.2025 10:00	U toku

4 DODATNE INFORMACIJE

Predmet javne nabavke se nabavlja	kao cjelina
Posebni oblici javne nabavke	
Okvirni sporazum	Ne
Dinamički sistem nabavki	Ne
Elektronska aukcija	Ne
Elektronski katalog	Ne
Nabavka se sprovodi kao	
Zajednička nabavka	Ne
Centralizovana nabavka	Ne
Nabavka je	
Zelena	Ne
Društveno odgovorna	Ne

5 STAVKE PLANA

Godina	Opis	Vrijednost nabavke	Vrijednost PDV	Okvirni sporazum	Vrijednost OS	Vrijednost PDV OS	Vrsta postupka
2025	TURISTIČKA ORGANIZACIJA OPŠTINE BUDVA Online regionalna promocija 79341000 - Usluge oglašavanja	28.925,58 EUR	6.074,42 EUR	-	-	-	Otvoreni postupak

6 USLOVI ZA UČEŠĆE U POSTUPKU I ZAHTJEVI U POGLEDU NAČINA IZVRŠAVANJA PREDMETA NABAVKE

Opis	Tip uslova / zahtjeva
U postupku javne nabavke može da učestvuje samo privredni subjekat koji je upisan u Centralni registar privrednih subjekata ili drugi odgovarajući registar u državi u kojoj privredni subjekat ima sjedište što se dokazuje dostavljanjem dokaza o registraciji u Centralnom registru privrednih subjekata ili drugom odgovarajućem registru, sa podacima o ovlašćenom licu privrednog subjekta	Uslovi za obavljanje djelatnosti
U roku od 30 dana od dana uredno dostavljene fakture, a na osnovu izvještaja o realizaciji posla za prethodni mjesec.	Rok plaćanja
Ugovor se potpisuje na period od 12 mjeseci od dana zaključivanja ugovora, ili do utroška ugovorenih sredstava, zavisno koji od ova dva uslova prvi nastupi.	Rok izvršenja ugovora
Ponuđač je u obavezi da dostavi ovjerenu i potpisanu izjavu da će u slučaju da bude izabran kao najpovoljniji ponuđač biti saglasan da Naručilac zadržava pravo izmjene perioda, trajanja, načina i obima realizacije kampanje, kao i podjele kampanja na više kraćih, a u okviru planiranog.	Drugi uslovi
Izvršilac je dužan da izradi media plan i strategiju oglašavanja, realizuje zakup i plasman oglasa, adaptira promotivne materijale, vodi kampanju prema smjernicama naručioca, prati, optimizuje i obezbijedi izvještaje o rezultatima.	Drugi uslovi
U cilju jednostavnije komunikacije i operativnosti neophodno je da Ponuđač obezbijedi jednu kontakt osobu koja će za sva tržišta komunicirati sa sa timom Turističke organizacije opštine Budva na svim poslovima vezanim za predmet ove jednostavne nabavke usluga. Kontakt osoba je u obavezi da tražene izmjene izvrši u najkraćem roku i da naručiocu bude na raspolaganju 24 časa dnevno u toku trajanja kampanja, imajući u vidu krizne situacije.	Drugi uslovi

Po završetku svake kampanje izvršilac dostavlja detaljan izvještaj o ostvarenim rezultatima baziran na alatima: Meta Business Manager, Google Ads, Google Analytics i izvještajima portala o prikazima i čitanosti PR sadržaja.	Način sprovođenja kontrole kvaliteta
Privredni subjekat je dužan da posjeduje iskustvo na kvalitetnom i uspješnom izvršavanju sličnih poslova iz oblasti predmeta nabavke (usluge realizacije turističke kampanje ili destinacijskog marketinga) a što se dokazuje potvrdama izdatim od strane korisnika o kvalitetnom i uspješnom izvršavanju sličnih poslova iz oblasti predmeta nabavke - iskustvo na kvalitetnom i uspješnom realizovanju sličnih usluga i to minimum tri reference sličnih projekata (turističke kampanje, destinacijski marketing) a u prethodnih 3 godine, računajući i godinu u kojoj je započet postupak javne nabavke, koje sadrže opis i vrijednost predmeta nabavke, vrijeme realizacije ugovora, konstataciju da je ugovor blagovremeno i kvalitetno izvršen i podatke o kontakt osobi za provjeru istinitosti podataka.	Stručna i tehnička sposobnost
Virmanski	Način plaćanja
Izjava ponuđača o ispunjenosti uslova utvrđenih zahtjevom i nepostojanju sukoba interesa, potpisana od strane ovlašćenog lica ponuđača, data na Obrascu 2, preuzimanjem na posebnom aplikativnom dijelu elektronskog sistema javnih nabavki definisana Članom 9 stav 10 Pravilnika o načinu sprovođenja jednostavnih nabavki ("Službeni list Crne Gore", br. 16/23, 20/23, 36/23, 114/23, 49/24 i 114/24).	Obrazac 2

7 KRITERIJUMI ZA IZBOR NAJPOVOLJNIJE PONUDE

Opis
Cijena

8 PREDMET NABAVKE

Procijenjena vrijednost nabavke: 12.000,00 EUR

TEHNIČKA SPECIFIKACIJA PREDMETA NABAVKE

	Opis predmeta nabavke	Bitne karakteristike predmeta nabavke	Količina
		Nabavke obuhvata pripremu, planiranje, zakup i realizaciju digitalnih promotivnih kampanja na društvenim mrežama (Facebook i Instagram – Meta oglašavanje), video-platformama (Youtube), pretraživačima (Google) i relevantnim regionalnim portalima u cilju promocije promocija dočeka Nove godine u Budvi. Trajanje kampanje je 30 dana i uključuje: planiranje i zakup medijskog prostora, kreiranje i adaptaciju oglasa, praćenje i optimizaciju, izvještavanje o rezultatima i analizu učinka. Trajanje: 30 dana (decembar 2025) Budžet: 5.000 € Platforme: Facebook, Instagram, Google, YouTube, portali. Tržišta: Crna Gora, Srbija i Bosna i Hercegovina Ciljna grupa: 18-55 godina, domaća i regionalna publika. KPI: reach, Impressions, Clicks, CTR, CPC, Video views, Engagement. Minimalni ciljevi po tržištima koje je izvršilac dužan da ispuni su sljedeći (prikazatelji su orijentacioni i mogu varirati +/- 15%): 1. META OGLAŠAVANJE (FACEBOOK i INSTAGRAM, 50%budžeta)	

Tržište: Crna Gora - Udio u budžetu: 25%, Reach: 60.000, Impressions: 180.000, Clicks: 2.000, CTR(%) 1,1, CPC (€): 0,27; Engagement rate (%)*: 3,5

Tržište: Srbija - Udio u budžetu: 45%; Reach: 120.000; Impressions: 360.000; Clicks: 4.700; CTR(%) 1,3; CPC (€): 0,23; Engagement rate (%)*: 4

Tržište: Bosna i Hercegovina - Udio u budžetu: 30%; Reach: 85.000; Impressions: 255.000; Clicks: 3.100; CTR(%) 1,2; CPC (€): 0,25; Engagement rate (%)*: 3,7

*Engagement rate = (Engagements ÷ Impressions) × 100

*View rate = (Video views ÷ Impressions) × 100

Vrijednosti prikazane u gornjim pasusima predstavljaju minimalne ciljeve po tržištima koje je izvršilac dužan da ispuni ili premaši. Prikazani pokazatelji su orijentacioni i mogu varirati ±15% u zavisnosti od performansi kampanje i tržišnih uslova. Svi indikatori performansi su postavljeni konzervativno, na osnovu prosječnih rezultata digitalnih kampanja u regionu. Prikazani parametri za CTR, CPC i Engagement/View rate (%) predstavljaju okvirne pokazatelje uspješnosti kampanje.

2. GOOGLE i YOUTUBE OGLAŠAVANJE (35% budžeta).

Tržište: Crna Gora - Udio u budžetu: 25%; Reach: 45.000; Impressions: 135.000; Clicks: 800; Video views: 12.000; CTR (%) 0,5; CPC (€): 0,25; View rate (%)*: 2;

Tržište: Srbija - Udio u budžetu: 45%; Reach: 100.000; Impressions: 300.000; Clicks: 1.800; Video views: 25.000; CTR

1	Digitalna promotivna kampanja u decembru 2025 - Manifestacija doček Nove 2026 godine	(%) 0,6; CPC (€): 0,22; View rate (%)*: 2,5; Tržište: Bosna i Hercegovina - Udio u budžetu: 30%; Reach: 75.000; Impressions: 225.000; Clicks: 1.200; Video views: 18.000; CTR(%) 0,55; CPC (€): 0,23; View rate (%)*: 2,3; *Engagement rate = (Engagements ÷ Impressions) × 100 *View rate = (Video views ÷ Impressions) × 100 Vrijednosti prikazane u gornjim pasusima predstavljaju minimalne ciljeve po tržištima koje je izvršilac dužan da ispuni ili premaši. Prikazani pokazatelji su orijentacioni i mogu varirati ±15% u zavisnosti od performansi kampanje i tržišnih uslova. Svi indikatori performansi su postavljeni konzervativno, na osnovu prosječnih rezultata digitalnih kampanja u regionu. Prikazani parametri za CTR, CPC i Engagement/View rate (%) predstavljaju okvirne pokazatelje uspješnosti kampanje. 3. PORTALI/PR SADRŽAJ (15% budžeta) Direktan zakup oglasnog prostora na najposjećenijim web sajtovima i portalima u Srbiji i Bosni i Hercegovini, koji podrazumijeva plasiranje promo PR tekstova ili prikaze banera. Potreban materijal dostavlja naručilac. Obradu materijala po potrebi vrši izvršilac Tržište: Srbija - Portal (1 od sledećih): Blic/Kurir/Telegraf/NovaS/Mondo ili odgovarajući; Udio u budžetu: 60%, Broj promo PR tekstova: 1; Minimalni broj prikaza: 75.000. Tržište: Bosna i Hercegovina - Portal (1 od sledećih): Klix/Dnevni avaz/N1 info/Srpska info/Bljesak ili odgovarajući; Udio u budžetu: 40%, Broj promo PR tekstova: 1; Minimalni	1,00 kampanja
---	---	---	---------------

broj prikaza: 50.000.

Napomena: Naručilac će izabrati portal na osnovu više ponuđenih. Opciono, umjesto PR tekstova, moguće je zakupiti pozicije za banere istog obima prikaza, uz prethodnu saglasnost naručioca.

Na predlog izvršioca, potrebni materijal, banere u različitim dimenzijama, PR tekstove, fotografije i video materijal dostavlja naručilac. Obradu materijala po potrebi vrši izvršilac.

4.CILJEVI KAMPANJA

Ciljevi kampanja su povećanje vidljivosti Budve kao destinacije, podizanje svijesti o događajima od značaja (Nova godina u Budvi i Karneval u Budvi), povećanje angažovanja korisnika i generisanje saobraćaja ka zvaničnim digitalnim kanalima Turističke organizacije opštine Budve. Ciljna grupa obuhvata domaću i regionalnu publiku (Crna Gora, Srbija, Bosna i Hercegovina), turiste starosti 18–55 godina, aktivne korisnike društvenih mreža, ljubitelje putovanja, događaja i zabave. Neophodno je da aktivnosti budu rezultat razumijevanja zadatih ciljeva i potreba Turističke organizacije opštine Budva.

5. BUDŽET I USLOVI PLAĆANJA Budžet za realizaciju „Digitalna promotivna kampanja u decembru 2025 - Manifestacija doček Nove 2026 godine” iznosi 6.000,00€ bez PDV-a. Ponuđač dostavlja ponudu koja uključuje ukupnu cijenu koja obuhvata zbir: 1. iznosa procijenjene vrijednosti budžeta od 5.000,00 € za realizaciju digitalne promotivne kampanje za manifestaciju "Doček Nove 2026 godine". Ovaj iznos obuhvata sve troškove vezane za sprovođenje kampanje, uključujući zakup oglasnog

		prostora, troškove oglašavanja, bankarske provizije, kao i sve ostale relevantne izdatke definisane tehničkom specifikacijom. 2. iznosa do 1.000,00 € koji je predviđen za agencijske usluge, koje uključuju agencijsku proviziju i prateće aktivnosti kao što su kreiranje sadržaja, kontrola isporuke, set up i optimizacija kampanja, kao i svi eventualni dodatni troškovi koji proizilaze iz realizacije predmetnog posla.	
		Nabavke obuhvata pripremu, planiranje, zakup i realizaciju digitalnih promotivnih kampanja na društvenim mrežama (Facebook i Instagram – Meta oglašavanje), video-plattformama (Youtube), pretraživačima (Google) i relevantnim regionalnim portalima u cilju promocije promocija dočeka Nove godine u Budvi. Trajanje kampanje je 30 dana i uključuje: planiranje i zakup medijskog prostora, kreiranje i adaptaciju oglasa, praćenje i optimizaciju, izvještavanje o rezultatima i analizu učinka. Trajanje: 30 dana (april 2026) Budžet: 5.000 € Platforme: Facebook, Instagram, Google, YouTube, portali. Tržišta: Crna Gora, Srbija i Bosna i Hercegovina Ciljna grupa: 18-55 godina, domaća i regionalna publika. KPI: reach, Impressions, Clicks, CTR, CPC, Video views, Engagement. Minimalni ciljevi po tržištima koje je izvršilac dužan da ispuni su sljedeći (prikazatelji su orijentacioni imogu varirati +/- 15%): 1. META OGLAŠAVANJE (FACEBOOK i INSTAGRAM, 50%budžeta) Tržište: Crna Gora - Udio u budžetu: 25%, Reach: 55.000, Impressions: 165.000, Clicks: 2.000, CTR(%) 1,1, CPC (€): 0,27; Engagement rate (%)*: 3; Tržište: Srbija - Udio u budžetu: 45%; Reach: 100.000; Impressions: 300.000; Clicks: 3.500; CTR(%) 1,2; CPC (€): 0,23; Engagement rate (%)*: 3,5 Tržište: Bosna i Hercegovina - Udio u budžetu: 30%; Reach: 70.000; Impressions: 210.000; Clicks: 2.500; CTR(%)	

1,1; CPC (€): 0,25; Engagement rate (%)*: 3,3;

*Engagement rate = (Engagements ÷ Impressions) × 100

*View rate = (Video views ÷ Impressions) × 100

Vrijednosti prikazane u gornjim pasusima predstavljaju minimalne ciljeve po tržištima koje je izvršilac dužan da ispuni ili premaši. Prikazani pokazatelji su orijentacioni i mogu varirati ±15% u zavisnosti od performansi kampanje i tržišnih uslova. Svi indikatori performansi su postavljeni konzervativno, na osnovu prosječnih rezultata digitalnih kampanja u regionu. Prikazani parametri za CTR, CPC i Engagement/View rate (%) predstavljaju okvirne pokazatelje uspješnosti kampanje.

2. GOOGLE i YOUTUBE oglašavanje (35% budžeta). Tržište: Crna Gora - Udio u budžetu: 25%; Reach: 40.000; Impressions: 120.000; Clicks: 700; Video views: 10.000; CTR(%) 0,4; CPC (€): 0,25; View rate (%)*: 1,8; Tržište: Srbija - Udio u budžetu: 45%; Reach: 90.000; Impressions: 270.000; Clicks: 1.500; Video views: 22.000; CTR(%) 0,5; CPC (€): 0,22; View rate (%)*: 2,3; Tržište: Bosna i Hercegovina - Udio u budžetu: 30%; Reach: 65.000; Impressions: 195.000; Clicks: 1.200; Video views: 15.000; CTR(%) 0,45; CPC (€): 0,23; View rate (%)*: 2;

*Engagement rate = (Engagements ÷ Impressions) × 100

*View rate = (Video views ÷ Impressions) × 100

Vrijednosti prikazane u gornjim pasusima predstavljaju minimalne ciljeve po tržištima koje je izvršilac dužan da ispuni ili premaši. Prikazani pokazatelji su orijentacioni i mogu

2	Manifestacija Međunarodni budvanski karneval 2026	varirati $\pm 15\%$ u zavisnosti od performansi kampanje i tržišnih uslova. Svi indikatori performansi su postavljeni konzervativno, na osnovu prosječnih rezultata digitalnih kampanja u regionu. Prikazani parametri za CTR, CPC i Engagement/View rate (%) predstavljaju okvirne pokazatelje uspješnosti kampanje. 3. PORTALI/PR SADRŽAJ (15% budžeta) Direktan zakup oglasnog prostora na najposjećenijim web sajtovima i portalima u Srbiji i Bosni i Hercegovini, koji podrazumijeva plasiranje promo PR tekstova ili prikaze banera. Potreban materijal dostavlja naručilac. Obradu materijala po potrebi vrši izvršilac Tržište: Srbija - Portal (1 od sledećih): Blic/Kurir/Telegraf/NovaS/Mondo ili odgovarajući; Udio u budžetu: 60%, Broj promo PR tekstova: 1; Minimalni broj prikaza: 75.000. Tržište: Bosna i Hercegovina - Portal (1 od sledećih): Klix/Dnevni avaz/N1 info/Srpska info/Bljesak ili odgovarajući; Udio u budžetu: 40%, Broj promo PR tekstova: 1; Minimalni broj prikaza: 50.000. Napomena: Naručilac će izabrati portal na osnovu više ponuđenih. Opciono, umjesto PR tekstova, moguće je zakupiti pozicije za banere istog obima prikaza, uz prethodnu saglasnost naručioca. Na predlog izvršioca, potrebni materijal, banere u različitim dimenzijama, PR tekstove, fotografije i video materijal dostavlja naručilac. Obradu materijala po potrebi vrši izvršilac. 4. CILJEVI KAMPANJA Ciljevi kampanja su povećanje vidljivosti Budve kao destinacije, podizanje svijesti o događajima od značaja (Nova godina u Budvi i Karneval u Budvi), povećanje angažovanja	1,00 kampanja
---	--	---	---------------

korisnika i generisanje saobraćaja ka zvaničnim digitalnim kanalima Turističke organizacije opštine Budve. Ciljna grupa obuhvata domaću i regionalnu publiku (Crna Gora, Srbija, Bosna i Hercegovina), turiste starosti 18–55 godina, aktivne korisnike društvenih mreža, ljubitelje putovanja, događaja i zabave. Neophodno je da aktivnosti budu rezultat razumijevanja zadatah ciljeva i potreba Turističke organizacije opštine Budva.

5. BUDŽET I USLOVI PLAĆANJA Budžet za realizaciju „Digitalna promotivna kampanja u aprilu 2026 - Manifestacija "Međunarodni Budvanski karneval" iznosi 6.000,00€ bez PDV-a. Ponuđač dostavlja ponudu koja uključuje ukupnu cijenu koja obuhvata zbir: 1. iznosa procijenjene vrijednosti budžeta od 5.000,00 € za realizaciju digitalne promotivne kampanje za manifestaciju "Međunarodni Budvanski karneval 2026". Ovaj iznos obuhvata sve troškove vezane za sprovođenje kampanje, uključujući zakup oglasnog prostora, troškove oglašavanja, bankarske provizije, kao i sve ostale relevantne izdatke definisane tehničkom specifikacijom. 2. iznosa do 1.000,00 € koji je predviđen za agencijske usluge, koje uključuju agencijsku proviziju i prateće aktivnosti kao što su kreiranje sadržaja, kontrola isporuke, set up i optimizacija kampanja, kao i svi eventualni dodatni troškovi koji proizilaze iz realizacije predmetnog posla.