**Iepirkuma komisijas sniegtās atbildes ieinteresētā piegādātāja jautājumiem**

**par atklātu konkursu “Militāro ziņu portāla izstrāde un ieviešama”,**

**identifikācijas Nr. VAMOIC 2018/190**

**1.jautājums**

UX - 4 minēts, ka pretendentam jāveic Google Analytics izpēte esošajai lapai. Vai jūs piešķirsiet mums Sargs.lv google analytics piekļuves?

**Atbilde**

Pēc tam kad ar iepirkuma procedūras uzvarētāju būs noslēgts iepirkuma līgums, pasūtītājs Izpildītājam piešķirs piekļuvi Sargs.lv Google analytics.

Noderīgi dati par portālu, lai sagatavotos prezentācijai.

Portāla apmeklējums mēnesī vidēji ir 3 000 apmeklētāju, novembrī tas parasti sasniedz 5 000.

Portālā vairāk ir jauno apmeklētāju.

Piemēram, 2018.gada decembrī 60% bija jaunie apmeklētāji (*New Visitor*), 40 % - atkārtotie apmeklētāji (*Returning Visitor*).

Portāla apmeklētāji galvenokārt ir no Rīgas (60%) un galvenokārt apmeklē portālu no datoriem (80 – 90%).

Portāla apmeklētāji galvenokārt tajā nonāk ar *Organic search* palīdzību.

Piemēram, 2018. gada decembrī:

47% *Organic search,*

34 % *Direct,*

11% *Referra*l,

8% *Social,*

Apmeklētāju uzvedība:

Vairāk nekā 50% apmeklētāju dodas uz [www.sargs.lv](http://www.sargs.lv) pirmo lapu (*main*). Nākamās populārākās lapas ir “Foto” un “Ziņas”. Vidēji vienā sesijā tiek apmeklētas trīs lapas.

Vienlaikus jāpiebilst, ka pašreizējais portāls, to veidojot, bija vērsts galvenokārt uz iekšējām auditorijām (karavīri, zemessargi, nozares darbinieki), kā arī, lai nodrošinātu informāciju mediju pārstāvjiem. Ar jauno portālu mēs vēlamies sasniegt plašākas auditorijas.

**2.jautājums**

UX - 5 minēts, ka pretendentam jāveic 20 reālu lietotāju pieredzes analīzi. Savukārt, pretendentu sanāksmē minējāt, ka jūsu rīcībā ir dati par portāla lietotājiem, ar ko dalīsieties ar pretendentiem un, ka lietotāju pieredzes izpētei neesot jāpievērš tik liela uzmanība. Kā jūs to paskaidrotu? Vai tad mums ir jāveic 20 lietotāju pieredzes analīze?

**Atbilde**

Mums ir pētījumi par mērķauditorijām, ar kuriem iepazīstināsim iepirkuma procedūras uzvarētāju, ar kuru tiks slēgs iepirkuma līgums. Tā nav UX analīze, bet kvantitatīvās un kvalitatīvās aptaujas, kas palīdzēs precīzāk izstrādāt tēlus un scenārijus.

20 reālu lietotāju pieredzes analīze, kas minēta UX-005, ir lietojamības testi vai intervijas, kuras izvēlētajam pretendentam jāveic pēc *wireframes* izveides, pārbaudot, vai pareizi izveidoti tēli un to uzvedības scenāriji lapā.

*Sniegtās atbildes ir neatņemama atklāta konkursa “Militāro ziņu portāla izstrāde un ieviešama”, identifikācijas Nr. VAMOIC 2018/190, sastāvdaļa un ir saistošas visiem atklāta konkursa pretendentiem.*