

## KRAVKATALOG

Birgitta Engström  
Upphandlare  
Statens inköpscentral  
birgitta.engstrom@kammarkollegiet.se

# Kravkatalog Mediebyråttjänster, upphandling

Kravkatalog vid förnyad konkurrensutsättning, anbudsområde Mediestrategi, planering och köp av annonser

Utöver de krav som ställts i upphandlingen, kan avropsberättigad använda nedanstående villkor vid avrop av mediestrategi, planering och köp av annonser genom förnyad konkurrensutsättning. Nedanstående villkor kan antingen ställas som obligatoriska krav eller användas som tilldelningskriterier vid utvärdering av anbud. Det är upp till varje avropsberättigad att definiera hur respektive villkor ska användas. Observera att nedan beskrivning av respektive villkor inte är uttömmande utan endast exemplifierar hur detta kan användas vid avrop.

Följande villkor kan användas vid avrop av Mediestrategi, planering och köp av annonser:

1. **Pris** Byråarvode i procent, timpris, fast pris, kombination av byråarvode i procent + timpris över en viss angiven summa, takpris, pris för eventuella tilläggstjänster.
2. **Erfarenhet och kompetens** Referenser, CV, tidigare uppdrag.
3. **Storlek på mediabudget**
4. **Erfarenhet av viss målgrupp**, t.ex. multikulturell bakgrund, ungdomar, seniorer, B2B, B2C.
5. **Erfarenhet av offentliga aktörer** (t.ex. myndigheter, regioner, kommuner, statliga bolag m.fl.)
6. **Erfarenhet av viss typ av medier och annonseringsformat** t.ex. social media, tv, radio, telemarketing, native advertising, direct marketing, SEO / SEM
7. **Arbetsprocess och resurser**: Sammansättning av arbetsgrupp, antal personer i arbetsgrupp. Byte av personal i team till likvärdig kompetens.
8. **Skriftlig presentation av uppdrag** Beskrivning av tidigare relevant uppdrag, fiktivt case eller aktuellt uppdrag.
9. **Muntlig presentation** av tidigare relevanta uppdrag, fiktivt case, aktuellt uppdrag eller arbetsgrupp.



## KRAVKATALOG

10. **Leveranstider, leveranser och tidplan mot kund** Vid kort framförhållning, deadlines eller oplanerade kampanjer. Tidplan. Deadline för korrektur av digitala annonser.
11. **Analys och Kampanjuppföljning** Exempel på mediaplan. Underlag avseende målgruppsanalys. Djupare uppföljning och analyser av kampanjutfall, beteendedata, målgruppsbeteende och medievanor. Upplevd eller mätt målupplevelse.
12. **Annonseringskonto** Reglera rättigheter över annonseringskonto.
13. **Informationssäkerhet/GDPR**  
Vid avrop kan Avropsberättigad komma att ställa kompletterande krav, exempelvis gällande förhållanden vid tredjelandsoverföring av personuppgifter, för att säkerställa att dataskyddsförordningen efterlevs vid tillhandahållande av tjänst enligt Kontrakt.  
Krav kan ställas på att Ramavtalsleverantör eller Underleverantör som behandlar personuppgifter för Avropsberättigads räkning ska ingå Personuppgiftsbiträdesavtal med Avropsberättigad.
14. **Hållbarhet:** Sociala ansvarspolicies, miljö- och kvalitetspolicies.
15. **Tillgängliga annonser:** Vid Avrop kan krav komma att ställas på annonsernas tillgänglighet och användbarhet. Kraven kan till exempel avse annonsernas utformning för att göra de tillgängliga för personer utan eller med begränsad
- synförmåga,
  - möjlighet att uppfatta färg,
  - hörsel,
  - talförmåga,
  - motorisk förmåga och
  - kognitiv förmåga.
- Kraven kan till exempel avse användning av ljud, bild, kontraster eller alternativtexter för bild och video. Kraven kan också avse möjligheten att använda flera olika kanaler för att synliggöra budskapet både i text, bild och ljud.
16. **Tillgänglighetsstöd:** Vid Avrop kan krav komma att ställas på ramavtalsleverantörernas tillgänglighetskompetens vid rådgivning, analys, strategi, arbetssätt, redovisning med mera. Kompetensen kan till exempel avse kunskap om EN 301 549 eller WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) eller erfarenhet av att planera mediestrategi med beaktande av olika mottagares funktionsförmåga.