



TARJOUSPYYNTÖ: MARKKINOINTIKAMPAJAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

MARKKINOINTIViestinnän PALVELUT -PUITEJÄRJESTELY

Hankintayksikkö: Oikeusministeriö
Tarjouspyyntö koskee hanketta

1. PERUSTIEDOT

Oikeusministeriö (jäljempänä Tilaaaja) pyytää tarjoustanne markkinointiviestintäpalveluista (jäljempänä palvelut) tämän tarjouspyynnön ja sen liitteiden mukaisesti.

Tämä tarjouspyyntö perustuu Hansel Oy:n (jäljempänä Hansel) markkinointiviestinnän palveluita koskevaan puitejärjestelyyn (jäljempänä puitejärjestely). Tarjouskilpailussa noudatetaan hankintalain (348/2007) 32 §:ssä tarkoitettua puitejärjestelyn sisäistä kevennettyä kilpailutusta koskevaa menettelyä.

Oikeusministeriö valitsee kevennetyn kilpailutuksen perusteella yhden toimittajan tarjouspyynnön kohdassa 6. määritellyksi sopimuskaudeksi ja tekee voittaneen tarjoajan kanssa puitesopimukseen perustuvan asiakaskohtaisen sopimuksen. Tarjouksen tekeminen edellyttää asiakaskohtaisen sopimuksen huomioon ottamista ja hyväksymistä. Tarjouksen tekemisestä, esittelystä tai muusta menettelyyn osallistumisesta ei makseta tarjoajille korvausta.

2. HANKINNAN KOHDE JA LAAJUUS

Hankinnan kohteena on demokratia.fi-sivuston ja oikeusministeriön sähköisten demokratiapalveluiden markkinointikampanjan suunnittelu ja toteutus.

Toimeksiannon sisältö sekä vähimmäisvaatimukset (Asiakkaan palvelutarvekuvaus ja/tai brief) ovat seuraavat:

\\ohna01\Data\OM92xx\DKY\Demokratian_vastuualue\Demokratia.fi_palvelut\Koulutus_ja_viestintä\Markkinointikampanja_2015\TARJOUSPYYNTÖ_kevennetty_OM_OSY_FINAL.docx

Käyntiosoite
Kasarmikatu 42
HELSINKI

Postiosoite
PL 25
00023 VALTIONEUVOSTO

Puhelin
02951 6001

Faksi
09 1606 7731

Sähköpostiosoite
oikeusministerio@om.fi

Toimittajan tehtävät:

Valittavalla toimittajalla on kokonaisvastuu kampanjan aikataulun suunnittelusta, viestintämateriaalien ja -toimenpiteiden suunnittelusta ja tuottamisesta sekä mediasuunnittelusta ja -hankinnoista.

Tavoitteet ja kohderyhmät:

Markkinointikampanjan tavoitteena on lisätä demokratia.fi-sivuston tunnettuutta sekä tehostaa oikeusministeriön tuottamien sähköisten demokratiapalveluiden käyttöä.

Kampanja suunnataan ensisijaisesti aktiivisille kansalaisille (erityisesti kansalaisjärjestöjen ja muiden vaikuttajaryhmien jäsenet), joita kannustetaan käyttämään demokratiapalveluita kansalaisvaikuttamisen välineinä. Toisena kohderyhmänä ovat julkishallinnon edustajat (virkamiehet ja päättäjät), joita kannustetaan ottamaan palvelut edustamansa organisaation käyttöön ja hyödyntämään niitä kansalaisten osallistamisessa ja kuulemisessa.

Kampanjan alustava aikataulu:

Valitun toimittajan tulee huomioida viestintämateriaalien ja -toimenpiteiden suunnittelussa ja toteutuksessa seuraavat määräajat:

- Kampanja tulee toteuttaa loka-marraskuun 2015 aikana. Kampanjaa varten tuotetut aineistot jäävät oikeusministeriön hyödynnettäviksi myöhempää käyttöä varten.
- Kampanjan toteutuksessa tulee hyödyntää Demokratiapäivää 13.10.2015 ja demokratiaviikkoa (vko 42). Tilaaja ja valittu toimittaja voivat yhdessä suunnitella, miten kampanja näkyy Demokratiapäivänä.
- Demokratia.fi-, lausuntopalvelu.fi- ja otakantaa.fi -palvelut uudistuvat syksyn 2015 aikana. Uudistuksissa noudatetaan palveluiden nykyistä visuaalista ilmettä. Uudistetut palvelut on tarkoitus lanseerata marras- ja joulukuun aikana (lausuntopalvelu.fi ja demokratia.fi mahdollisesti SADe-loppuseminaarin yhteydessä 5.11.2015).

Toteutettavat viestintämateriaalit ja -toimenpiteet:

Valittu toimittaja laatii kampanjan viestintämateriaalien ja -toimenpiteiden toteutuksesta suunnitelman, jonka Tilaaja hyväksyy. Viestintämateriaaleja tulee suunnitella kampanjan molemmille kohderyhmille (kansalaiset / virkamiehet). Tilaaja ei sitoudu hankkimaan kaikkia tässä tarjouspyynnössä tai valitun toimittajan suunnitelmassa esitettyjä viestintämateriaaleja ja -toimenpiteitä, vaan valitsee niistä sopivaksi katsomansa kokonaisuuden.

- Verkossa julkaistavat ja jaettavat markkinointivideot
 - määrä: 2-3 kpl
 - pituus: max 1-2 min
 - kielet: 1-2 suomenkielistä, 1 ruotsinkielinen (tarvittaessa kuulovammaistekstitys)
 - mahdollisimman kustannustehokas tuotantoprosessi (max 1 kuvattava/äänitettävä henkilö, hyödynnetään grafiikkaa, animaatiota, still-kuvia, musiikkia jne.)

- Valtakunnallinen TV-mainos
 - määrä: 1 kpl
 - pituus: 15-30 sekuntia
 - kampanja-aika: 1-2 viikkoa
 - kielet: suomi (tarvittaessa kuulovammaistekstitys)
 - mahdollisimman kustannustehokas tuotantoprosessi (max 1 kuvattava/äänitettävä henkilö, hyödynnetään grafiikkaa, animaatiota, still-kuvia, musiikkia jne.)
- Valtakunnallinen radiomainos
 - määrä: 1 kpl
 - pituus: 15-30 sekuntia
 - kielet: suomi
 - kampanja-aika: 1-2 viikkoa
 - yksi (1) ääninäyttelijä
- Messuilla ja muissa tapahtumissa jaettavat flyerit (esim. kirjanmerkki-tyyppiset)
 - määrä: kaksi (2) eri versiota kohderyhmän mukaan (kansalaiset / virkamiehet)
 - kielet: suomi-ruotsi (kaksikielinen)
 - printtiversio
 - painosmäärä: 10 000 (kansalaiset) + 5 000 (virkamiehet)
- Demokratia.fi-esitteiden päivitys (ks. <http://blogi.otakantaa.fi/markkinointi/> > demokratia.fi-esitteet)
 - kielet: suomi, ruotsi, englanti
 - Tilaaja toimittaa käsikirjoituksen ja käännökset
 - sähköinen versio (PDF) ja painatusaineisto (Tilaaja vastaa itse painatuksesta)
- Give away -tuotteet
 - jo olemassa olevien tuotteiden (ks. liite 4) päivitys ja/tai täydennys siten että ne muodostavat markkinoinnin kannalta järkevän kokonaisuuden
 - kielet: suomi-ruotsi (kaksikielinen)
- Muut kampanjan tavoitteiden saavuttamista tukevat viestintämateriaalit ja -toimenpiteet Tilaajan ja valittavan toimittajan erikseen sopimien toimeksiantojen perusteella (esim. nykyisillä demokratia.fi-sivustolla tai otakantaa.fi-blogisivustolla julkaistavien tai niiden kautta linkitettävien kampanjasivujen sisällön suunnittelu ja tuotanto).

Mediasuunnittelu:

Valittava toimittaja vastaa kampanjan mediasuunnittelusta ja laatii mediasuunnitelman, jonka Tilaaja hyväksyy. Tavoitteena on löytää oikea yhdistelmä eri mediakanavia, joilla kampanjan ensisijainen kohderyhmä (aktiiviset kansalaiset, järjestötoimijat) tavoitetaan tehokkaasti. Toimittaja vastaa ensisijaisen kohderyhmän osalta myös mediatilan hankinnasta ja trafikoinnista. Tilaaja vastaa toissijaiselle kohderyhmälle (julkishallinto) suunnattujen materiaalien jakelusta, ellei Toimittajan kanssa toisin sovita.

Muuta huomioitavaa:

- Kampanjan suunnittelussa ja toteutuksessa tulee hyödyntää Osallistumisympäristö-hankkeen viestintäsuunnitelmaa vuodelle 2015 (liite 5) sekä jo olemassa olevia viestintämateriaaleja (liite 4).
- Kohderyhmien tarkentamisessa voidaan tarvittaessa hyödyntää Demos Helsingin laatimaa kohderyhmäanalyysia (saatavilla pyydettäessä oikeusministeriöstä).
- Viestintämateriaalien graafinen ulkoasu tulee suunnitella ja toteuttaa pääpiirteissään nykyisen demokratia.fi-sivuston sekä sähköisten demokratiapalveluiden visuaalista kokonaisilmettä ja graafisia ohjeistuksia noudattaen (ks. <http://blogi.otakantaa.fi/markkinointi/>).
- Kampanjan toteutuksessa tulee mahdollisuuksien mukaan hyödyntää Osallistumisympäristö-hankkeen käytössä olevia some-kanavia (demokratia.fi-Facebook-tili ja Otakantaa.fi-blogi) sekä oikeusministeriön omia viestintäkanavia (Twitter- ja Facebook-tilit sekä YouTube-kanava).
- Kaikki sähköiset demokratiapalvelut ovat kaksikielisiä (suomi ja ruotsi). Myös kampanja ja kaikki materiaalit tulee toteuttaa kaksikielisinä, ellei tarjouspyynnössä toisin mainita, tai Tilaaajan ja valitun toimittajan kanssa toisin sovita.

Taustatietoa demokratia.fi-sivustosta ja sähköisistä demokratiapalveluista:

- www.demokratia.fi kokoaa yhteen hallinnon demokratia-aiheiset palvelut ja sivustot. Sivusto kokoaa kaikki oikeusministeriön demokratiapalvelut (kansalaisaloite.fi, kuntalaisaloite.fi, lausuntopalvelu.fi, nuortenideat.fi ja otakantaa.fi) ja niiden sisällöt yhden, helposti muistettavan linkin alle. Sivusto toimii viestinnän ja markkinoinnin välineenä, jolla esitellään kansalaisille, kansalaisjärjestöille ja medialle ajankohtaisia asioita liittyen oikeusministeriön demokratiapalveluihin sekä muihin keskeisiin asiasisältöihin. Siten demokratia.fi:n tunnetuksi tekeminen on palveluiden markkinoinnin näkökulmasta keskeisessä asemassa. Demokratia.fi:n konseptia uudistetaan kesän ja syksyn 2015 aikana. Uusi sivusto on tarkoitus lanseerata marraskuussa 2015.
- www.kansalaisaloite.fi on kansalaisaloitteiden sähköisen keruun järjestelmä. Kansalaisaloite.fi on kansalaisvaikuttamisen keino eduskunnan toimivaltaan kuuluvissa asioissa. Palvelu on ollut käytössä joulukuusta 2012 ja toukokuun alkuun mennessä sen kautta oli tehty 359 kansalaisaloitetta. Palvelussa voi kerätä kannatusilmoituksia myös sellaisiin aloitteisiin, joiden allekirjoituksia kerätään myös muissa verkkopalveluissa ja paperilomakkeella.
- www.kuntalaisaloite.fi on kuntalaisaloitteiden sähköisen keruun järjestelmä. Kuntalaisaloite.fi:n tavoitteena on lisätä kuntalaisten tietoutta aloiteoikeudesta sekä kuntalaisaloitteen tunnettuutta vaikuttamisen väylänä. Palvelu on avattu syyskuussa 2013 ja sen oli toukokuun 2015 alkuun mennessä ottanut käyttöönsä 190 kuntaa. Kuntalaisaloitteita palvelussa oli tehty 827. Palvelun avulla kuntalaisten on mahdollista tehdä omia aloitteita tai osallistua muiden vireille paneemiin aloitteisiin. Palvelun tarkoituksena on tuoda kuntalaisaloitteet näkyville yhteen, valtakunnalliseen osoitteeseen, yhtenäistää kuntalaisaloitteisiin liittyviä

käytäntöjä kunnissa sekä helpottaa kunnissa tehtävää työtä aloitteiden osallistujien henkilötietojen varmentamisessa. Palvelun käyttö on mahdollista, vaikka kunnalla olisi myös jokin toinen verkkopalvelu kuntalaisaloitteiden tekemiseksi

- www.lausuntopalvelu.fi on sähköisen lausuntomenettelyn palvelu. Lausuntopalvelu.fi tarjoaa julkishallinnolle yhdenmukaisen tavan ja välineen pyytää ja vastaanottaa lausuntoja kansalaisilta, järjestöiltä, julkishallinnolta ja muilta organisaatioilta. Palvelun tavoitteena on yhdenmukaistaa hallinnon toimintatapoja ja luoda uusia käytäntöjä lausuntomenettelyyn, lisätä lausuntomenettelyn avoimuutta ja parantaa sen laatua, sekä parantaa eri tahojen mahdollisuuksia vaikuttamiseen ja tiedonsaantiin päätöksenteon valmisteluvaiheessa. Pitkän ajan tavoitteena on lisäksi vähentää lausuntokierrokseen menevää työtä ja aikaa. Palvelu on avattu elokuussa 2014 ja sen oli toukokuun 2015 loppuun mennessä ottanut käyttöönsä 75 organisaatiota. Lausuntopalvelu.fi:tä kehitetään kesän 2015 aikana ja uudistettu versio on tarkoitus lanseerata marraskuussa 2015.
- www.nuortenideat.fi on valtakunnallinen nuorten vaikuttamispalvelu. Nuortenideat.fi on nuorten oma vaikutuskanava, jonka avulla nuoret voivat kehittää ideoita ja aloitteita joko yksin tai muiden kanssa; käydä vuoropuhelua eri viranomaisten kanssa; ja oppia demokraattista vaikuttamista ja hallinnon/päätäjien toimintatapoja. Palvelun tavoite on kannustaa nuoria vaikuttamaan, tukea kasvatus- ja opettaa yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen. Nuortenideat.fi tarjoaa nuorille erityistä tukea ja matalampaa kynnystä osallistumiseen. Nuortenideat.fi kuuluu oikeusministeriön sähköisiin demokratiapalveluihin, mutta palvelun markkinoinnista vastaa Nuorten tieto- ja neuvontatyön kehittämiskeskus Koodinaatti.
- www.otakantaa.fi on avoimen valmistelun vuorovaikutteinen palvelu. Otakantaa.fi tarjoaa projektille, hankkeelle tai idealle veloituksettomaa osallistumisympäristön sekä kansalaiselle mahdollisuuden seurata julkishallinnon hankkeita reaaliaikaisesti ja vaikuttaa niihin. Palvelu tarjoaa monipuoliset osallistumistavat (chat, keskustelu, kysely jne.), joita voi yhdistellä ja lisätä tarpeen mukaan. Nykyinen palvelu avattiin vuonna 2012 (ensimmäisen versio jo vuonna 1999). Kuka tahansa voi ottaa palvelun käyttöönsä ja tuoda sinne oman hankkeensa. Hallinnon hankkeet erotetaan palvelussa muista hankkeista, mikä takaa luotettavuuden. Yhteensä palvelussa on avattu reilu 300 hanketta, suurin osa niistä on ollut hallinnon hankkeita (kunnat ja ministeriöt). Otakantaa.fi uudistuu kesän ja alkusyksyn 2015 aikana ja uudistettu versio on tarkoitus lanseerata joulukuussa 2015.

Oikeusministeriö on kehittänyt sähköiset demokratiapalvelut Osallistumisympäristö-hankkeessa (2010–2015), joka on osa valtiovarainministeriön koordinoimaa SADe-ohjelmaa. Lisätietoa Osallistumisympäristö-hankkeesta:

<http://oikeusministerio.fi/fi/index/valmisteilla/kehittamishankkeita/osallistumisymparisto-projekti.html>

Toimittajan prosesseille asetetut vähimmäisvaatimukset

Valittavan Toimittajan tarjouksessa tulee kuvata seuraavat prosessit:

- Toimeksiantoprosessi (brieffaus- ja tilausprosessi; puitesopimuksen liite 4: Toimittajan laadunhallintakuvaus)
- Suunnittelu–tuotanto–toimitus-palaute -prosessi (puitesopimuksen liite 5: Toimittajan prosessikuvaus)

Henkilöitä koskevat asiakaskohtaiset vähimmäisvaatimukset

Puitesopimuksen mukaisesti työkokemusvuosia koskevat vähimmäisvaatimukset ovat asiantuntijatasoittain seuraavat: strateginen taso 3 vuotta, projektipäällikötaso 5 vuotta, taktinen taso 3 vuotta ja operatiivinen taso 1 vuosi.

Tarjottavia henkilöitä koskevat asiakaskohtaiset vähimmäisvaatimukset ovat seuraavat:

Asiantuntija, jota tulee tarjota	Asiantuntijaa koskevat vähimmäisvaatimukset
Projektipäällikkö, joka vastaa sekä asiakkuudesta että projekteista/toimeksiannoista	Projektipäälliköllä tulee olla kokemusta vähintään viiden (5) monikanavaisen kampanjan projektipäällikyydestä: • Kampanjan on tullut olla arvoltaan vähintään 5000 euroa ilman mediatilakustannuksia • Kampanjassa on tullut käyttää vähintään kolmea (3) eri kanavaa, joista yksi (1) on <i>radio</i> • Vähintään yhden (1) kampanjoista on tullut edustaa <i>yhteiskunnallista</i> markkinointiviestintää
Markkinointiviestinnän suunnittelusta vastaava taktisen tason henkilö (taktisen tason asiantuntija)	Markkinointiviestinnän suunnittelusta vastaavalla henkilöllä tulee olla kokemusta vähintään viiden (5) monikanavaisen kampanjan suunnittelusta: • Kampanjan on tullut olla arvoltaan vähintään 5000 euroa ilman mediatilakustannuksia • Kampanjoissa on tullut olla vähintään kolme (3) eri kanavaa • Vähintään yhteen (1) kampanjaan on sisältynyt <i>TV-mainontaa</i> • Vähintään kolmeen (3) kampanjaan on sisältynyt <i>sosiaalisen median</i> markkinointiviestintää • Vähintään kahteen (2) kampanjaan on sisältynyt <i>radiomainontaa</i> • Vähintään kaksi (2) kampanjoista on edustanut <i>yhteiskunnallista</i> markkinointiviestintää

Digitaalisen ja perinteisen markkinointiviestinnän AD	AD:lla tulee olla kokemusta vähintään kahdesta (2) <i>yhteiskunnallisen</i> markkinointiviestinnän hankkeen suunnittelusta - Hankkeen on tullut olla arvoltaan vähintään 5000 euroa ilman mediatilakustannuksia - Hankkeeseen on kuulunut sekä digitaalista että perinteistä markkinointiviestintää
Digitaalisen ja perinteisen markkinointiviestinnän Copy	Copylla tulee olla kokemusta vähintään kolmesta (3) <i>yhteiskunnallisen</i> markkinointiviestinnän hankkeen suunnittelusta - Hankkeen on tullut olla arvoltaan vähintään 5000 euroa ilman mediatilakustannuksia - Hankkeeseen on kuulunut sekä digitaalista että perinteistä markkinointiviestintää
Mediasuunnittelija	Mediasuunnittelijalla tulee olla kokemusta vähintään kolmen (3) <i>yhteiskunnallisen</i> markkinointiviestinnän kampanjan mediasuunnittelusta - Kampanjan mediabudjetti on ollut vähintään 10 000 euroa - Vähintään yhteen (1) kampanjaan on sisältynyt <i>TV-mainontaa</i> - Vähintään kahteen (2) kampanjaan on sisältynyt <i>radiomainontaa</i>

Mikäli vähimmäisvaatimukset eivät täyty, tarjoaja joudutaan sulkemaan pois.

Hankinnan ennakoitu ei-sitova arvo on: 55 000 – 70 000 euroa.

3. HINNAT JA HINNOITTELUPERUSTEET

Tarjoajan on ilmoitettava vaadittujen palveluiden hinnat ilman arvonlisäveroa tarjouspyynnön liitteellä numero 1 olevalla hintalomakkeella.

Asiakaskohtaisen sopimuksen toimeksiannoissa sovellettavat hinnoittelumallit (alla mainittujen hinnoittelumallien käyttämisestä sovitaan toimeksiantokohtaisesti):

☐ Kiinteä kokonaishinta (perustuen tuntihintoihin ja tunti-arvioon kiinteäksi kokonaishinnaksi sovittuna)

☒ Kiinteä palvelupaketin hinta

☒ Tuntihinta toteutuneiden tuntien (tuntiraportoinnin) perusteella

Tarjouksissa esitettyjä kiinteitä palvelupakettien hintoja käytetään tarjousten vertailuun hintaliitteellä ilmoitetun laskentamallin mukaisesti. Tilaaja varaa itselleen oikeuden neuvotella valitun toimittajan kanssa sopivimpien palvelupakettien valinnasta, eikä sitoudu välttämättä tilaamaan kaikkia tässä tarjouspyynnössä yksilöityjä palveluita. Valitut palvelupaketit tilataan toimittajan tarjouksessaan esittämällä kiinteillä palvelupakettien hinnoilla. Palvelupakettien hintojen tulee sisältää kaikki niiden suunnittelusta ja

toteutuksesta aiheutuvat kustannukset (mukaan lukien mediatilahankinnat, mahdolliset näyttelijöiden palkkiot, kuvauspaikan kustannukset ym.). Hintoihin ei saa lisätä ilman Tilaaajan erillistä lisätilausta muita kustannuksia. Kiinteiden palvelupakettien hintojen tulee kattaa vähintään kolme (3) korjauskierrosta.

Hinnoitteluperusteet:

- Kiinteähintaiset toimeksiannot ja kiinteähintaiset palvelupaketit sisältävät puitesopimuksen liitteenä olevan palvelukuvauksen (hankinnan kohteen kuvaus) kohdassa 4 määritellyt yhteiset palvelut (esimerkiksi projektinjohto, laadunvalvonta, raportointi).
- Tuntihintaisissa toimeksiannoissa Toimittajalla on oikeus veloittaa projektipäällikötason tuntiveloitushinnalla palvelukuvauksen kohdassa 4 määritellyistä yhteisistä palveluista
- Palvelujen hinnat sisältävät kaikki palvelun tuottamisesta Asiakkaalle aiheutuvat kulut ja maksut. Toimittajalla ei ole oikeutta laskuttaa asiakkaalta sovittujen hintojen lisäksi matkakustannuksia tai muita vastaavia kulukorvauksia. Ainoastaan normaalisti poikkeavista matkakustannuksista voidaan veloittaa, jos niistä on kirjallisesti erikseen etukäteen sovittu.
- Tarjotut hinnat eivät voi ylittää niitä enimmäishintoja, joista tarjoajan ja Hanselin välisessä puitesopimuksessa on sovittu.

4. HANKINTAPÄÄTÖKSEN VALINTA- JA VERTAILUPERUSTEET

4.1 Valintaperuste

Määräajassa oikeusministeriöön toimitetuista tarjouksista valitaan tarjouspyynnön mukainen ja kokonaistaloudellisesti edullisin tarjous. Tarjousvertailu suoritetaan tarjouksissa annettujen tietojen perusteella. Kokonaistaloudellisesti edullisin tarjoaja valitaan sopimustoimittajaksi.

4.2 Vertailuperusteet

1. HINNAT

Tarjoajan tulee toimittaa tarjousten vertailua varten tarjouspyynnön liitteenä 1 oleva hintalomake, jossa on ilmoitettava sekä tarjottujen markkinointiviestinnän palveluiden tuntihinnat että kiinteät palvelupakettien hinnat.

Vertailuhinta 1: tuntihinnat (painoarvo: 10 %)

- Vertailuhinnan 1 enimmäispisteet ovat painoarvon mukaiset 10 pistettä.
- Hinnat arvioidaan tarjouspyynnön liitteenä numero 1 olevan hintalomakkeen vertailuhinnan 1 mukaisesti.
- Vertailuhinnaltaan 1 halvin tarjous saa painoarvon mukaiset enimmäispisteet ja muiden tarjoajien pisteet suhteutetaan vertailuhinnaltaan halvimman tarjoajan

tarjoukseen kaavalla: halvimman tarjoajan vertailuhinta / tarjoajan vertailuhinta * 10 (painoarvon mukaiset enimmäispisteet).

Vertailuhinta 2: palvelupakettien hinnat (painoarvo: 30 %)

- Vertailuhinnan 2 enimmäispisteet ovat painoarvon mukaiset 30 pistettä.
- Hinnat arvioidaan tarjouspyynnön liitteenä numero 1 olevan hintalomakkeen vertailuhinnan 2 mukaisesti.
- Vertailuhinnaltaan 2 halvin tarjous saa painoarvon mukaiset enimmäispisteet ja muiden tarjoajien pisteet suhteutetaan vertailuhinnaltaan halvimman tarjoajan tarjoukseen kaavalla: halvimman tarjoajan vertailuhinta / tarjoajan vertailuhinta * 30 (painoarvon mukaiset enimmäispisteet).

2. LAADULLISET VERTAILUPERUSTEET

Laadullinen vertailuperuste 1: Alustava yleisellä tasolla oleva toteutussuunnitelma (vastabrief) (painoarvo 40 %)

- Vertailuperusteen 1 enimmäispisteet ovat painoarvon mukaiset 40 pistettä.
- Tarjoajan tulee toimittaa vertailua varten toteutussuunnitelma (vastabrief), jossa on vähintään seuraavat tiedot:
 - alustava suunnitelma kampanjan aikataulutuksesta,
 - kuvaus tarjouspyynnön kohdassa 2. lueteltujen viestintämateriaalien ja -toimenpiteiden suunnittelu- ja tuotantoprosesseista (työn vaiheet, aikataulut, vastuut ja resursointi),
 - alustava suunnitelma käytettävistä mediakanavista ja mediatilan hankinnasta, sekä
 - alustava suunnitelma kampanjan tulosten ja vaikuttavuuden mittaamiseksi ja tavoitteiden saavuttamisen seuraamiseksi.

Toteutussuunnitelman enimmäispituus on viisi A4 sivua. Suunnitelman ei ole tarkoitus sisältää ehdotusta kampanjassa tuotettavien viestintämateriaalien lopullisesta visuaalisesta ilmeestä, mainoksissa käytettävistä näyttelijöistä tai muita luovaa suunnittelutyötä edellyttäviä ehdotuksia.

Laadullinen vertailuperuste 1 sekä sen alakohdat pisteytetään asteikolla 1-3-5 (1=tyydyttävä, 3=hyvä, 5=erinomainen) seuraavasti:

- Aikataulutus
- Suunnittelu- ja tuotantoprosessit
- Mediakanavat
- Mittaaminen ja vaikuttavuuden seuranta

Kunkin alakohdan osalta arvioidaan suunnitelman perusteluja, realistisuutta, kattavuutta ja yksityiskohtaisuutta. Pisteytyskriteerit ovat seuraavat:

- Erinomainen (5 p.):
 - esitetyt perustelut ovat erityisen selkeät ja johdonmukaiset;

- suunnitelma on realistinen ja toteuttamiskelpoinen ja vastaa erinomaisesti tarjouspyynnössä esitettyihin tarpeisiin; suunnitelmassa huomioidaan erinomaisesti kampanjan tavoitteet;
- suunnitelma on erittäin kattava ja esitetty keinovalikoima toimeksiannon toteuttamiseksi on erityisen idearikkaasti ja huolella kuvattu; kampanjan kohderyhmät on huomioitu erityisen hyvin ja kokonaisvaltaisesti;
- suunnitelma on laadittu erityisen yksityiskohtaisesti ja sen osa-alueet on kuvattu erityisen tarkasti.
- Hyvä (3 p.):
 - esitetyt perustelut ovat tarjouspyyntöön nähden riittävät, mutta melko suppeat;
 - suunnitelma on enimmäkseen realistinen ja toteuttamiskelpoinen ja vastaa kohtalaisen hyvin tarjouspyynnössä esitettyihin tarpeisiin; suunnitelma ei kuitenkaan osoita erityistä kunnianhimoa kampanjan tavoitteiden huomioimiseksi;
 - suunnitelma on kohtalaisen kattava ja esitetty keinovalikoima tavoitteisiin nähden riittävän laaja; suunnitelma ei kuitenkaan tuo erityistä lisäarvoa kampanjalle; kampanjan kohderyhmät on huomioitu melko hyvin, mutta suunnitelmassa ei osoiteta kohderyhmien erityistä tuntemusta;
 - suunnitelma on laadittu kohtalaisen yksityiskohtaisesti ja sen osa-alueet on kuvattu tarjouspyyntöön nähden riittävän tarkasti.
- Tyydyttävä (1 p.):
 - perustelut on esitetty osittain tai kauttaaltaan puutteellisesti;
 - suunnitelma on enimmäkseen realistinen ja toteuttamiskelpoinen, mutta ei vastaa kaikilta osiltaan tarjouspyynnössä esitettyihin tarpeisiin;
 - suunnitelma on suppea ja esitetty keinovalikoima toimeksiannon toteuttamiseksi osittain puutteellinen ja suppeasti kuvattu; kampanjan kohderyhmät on huomioitu puutteellisesti;
 - suunnitelma on laadittu osittain tai kokonaisuudessaan ylimalkaisesti ilman tarkempia yksityiskohtia.

	Aikataulutus	Suunnittelu- ja tuotantoprosessit	Mediakanavat	Mittaaminen ja seuranta
Perustelut				
Realistisuus				
Kattavuus				
Yksityiskohtaisuus				

Laadullisesta vertailuperusteesta 1 yhteensä eniten laukupisteitä saanut tarjous saa painoarvon mukaiset enimmäispisteet. Muiden tarjoajien pisteet lasketaan kaavalla tarjoajan saamat laukupisteet / parhaan tarjoajan laukupisteet * 40 (painoarvon mukaiset enimmäispisteet).

Laadullinen vertailuperuste 2: Vastaavan aiemman toimeksiannon kirjallinen kuvaus Asiakkaalle (painoarvo 20 %)

- Vertailuperusteen enimmäispisteet ovat painoarvon mukaiset 20 pistettä.
- Toimittaja voi liittää tarjoukseensa kuvauksen yhdestä (1) aiemmasta vastaavasta toimeksiannosta, joka täyttää seuraavat ehdot (jokaisen vähimmäisvaatimuksen toteutuminen tulee todentaa tarjoajan vastauksessa):
 - Aiemman toimeksiannon (näytetyön/case-työn) tulee olla viimeisen viiden (5) vuoden ajalta laskettuna asiakaskohtaisen tarjouspyynnön päiväyksestä.
 - Kuvatun näytetyön tulee olla yllä mainitun tehtävään tarjotun tiimin tai tiimin jäsenten tai tarjottujen asiantuntijoiden tekemiä. Vähintään kahden (2) tehtävään tarjotun asiantuntijan tulee olla osallistunut kuvatuun toimeksiannon toteutukseen. Kuvauksesta tulee käydä ilmi, kuka tai ketkä ovat näytetyön laatineet.
 - Aiemman toimeksiannon (näytetyön/case-työn) kuvauksen tulee sisältää vähintään seuraavat asiat kuitenkin huomioiden toimeksiannon tietojen mahdollinen luottamuksellisuus:
 - toimeksiannon brief,
 - ratkaisumalli,
 - projektin vaiheet,
 - asiakastyytyväisyys,
 - tulokset (mahdollisimman mitattavassa muodossa),
 - kuvauksesta on käytävä ilmi, mikä osuus on tarjouksessa esitetyn tiimin tai sen jäsenten tekemää.
 - Kuvattavan toimeksiannon tulee koskea monikanavaista markkinointikampanjaa, jossa on käytetty vähintään kolmea (3) kanavaa. Kampanjassa on hyödynnetty vähintään:
 - TV- tai radiomainontaa, sekä
 - sosiaalista mediaa.
 - Kuvattava kampanja on koskenut yhteiskunnallista markkinointiviestintää.
 - Asiakkaan tulee olla julkiselta tai kolmannelta sektorilta.
 - Kuvattavaa kampanjaa koskevan toimeksiannon laskutusarvon (alv 0 %) tulee olla vähintään 30 000 euroa ilman mediatilaa.

Laadullinen vertailuperuste 2 sekä sen alakohdat arvioidaan ja pisteytetään seuraavasti:

- Kanavien hyödyntäminen:
 - Valtakunnallinen TV-mainonta oli osa kampanjaa (3 p.)
 - Valtakunnallinen radiomainonta oli osa kampanjaa (2 p.)
 - Sosiaalisen median kanavat olivat osa kampanjaa (2 p.)
 - Kampanjassa hyödynnettiin vähintään kahta muuta kuin edellä mainittuja kanavia (1 p.)
- Kampanja liittyi demokratiaan ja/tai yhteiskunnalliseen osallistumiseen ja vaikuttamiseen (kyllä: 3 p. / ei: 0 p.)

- Toimittaja vastasi itse kampanjan asiakkuudesta ja projektinhallinnasta (kyllä: 2 p. / ei: 0 p.)
- Toimittajan luovuus ja innovatiivisuus
 - toimittaja vastasi kampanjan suunnittelusta itsenäisesti (5 p.)
 - toimittaja vastasi kampanjan suunnittelusta yhdessä asiakkaan kanssa (3 p.)
 - asiakas vastasi itse kampanjan suunnittelusta (0 p.)
- Toimittaja (tai alihankkija) vastasi kampanjamateriaalien tuottamisesta ja kampanjan toteuttamisesta
 - itsenäisesti (5 p.)
 - yhdessä asiakkaan kanssa (3 p.)
- Kampanja oli suunnattu
 - aktiivisille kansalaisille ja/tai kansalaisjärjestötoimijoille (kyllä: 2 p. / ei: 0 p.)
 - viranomaisille (kyllä: 1 p. / ei: 0 p.)
- Kampanjan kustannukset suhteessa tilauksessa/toimeksiannossa sovittuun budjettiin
 - Kustannukset alittivat sovitun budjetin yli 10 %:lla (2 p.)
 - Kustannukset olivat sovitun budjetin mukaiset (1 p.)
 - Kustannukset ylittivät sovitun budjetin yli 5 %:lla (0 p.)
- Kampanja pysyi suunnitellussa aikataulussa
 - kyllä (4 p.)
 - ei, kampanja myöhästyi yli kaksi (2) viikkoa suunnitellusta aikataulusta Toimittajasta johtuneesta syystä (0 p.)
- Kampanjalle asetettujen tavoitteiden mittaaminen ja saavuttaminen
 - Toimittajan laatimassa toteutussuunnitelmassa oli asetettu mitattavia tavoitteita kampanjan kohderyhmän tavoittamisen suhteen (kyllä: 1 p. / ei: 0 p.)
 - Tavoitteiden saavuttamista mitattiin vähintään kolmella (3) mittarilla (tavoitteiden ja mittareiden tulee olla muita kuin aikatauluun tai kustannuksiin/budjettiin liittyviä) (kyllä: 1 p. / ei: 0 p.)
 - Asetetut tavoitteet saavutettiin
 - vähintään 90 %:sesti (2 p.)
 - 70–89 %:sesti (1 p.)
 - alle 70 %:sesti (0 p.)
- Asiakastyytyväisyys
 - Toimittaja mittasi kuvatun toimeksiannon tilaajan asiakastyytyväisyyttä (kyllä: 1 p. / ei: 0 p.)
 - Asiakastyytyväisyyden taso oli
 - erinomainen (vähintään 90 % annetuista pisteistä suhteessa maksimipisteisiin, 3 p.)
 - hyvä (70–89 %, 2 p.)
 - tyydyttävä (50–69 %, 1 p.)
 - huono (alle 50 %, 0 p.)

Aiemman toimeksiannon kuvauksen enimmäispituus on neljä (4) A4 sivua.

Laadullisesta vertailuperusteesta 2 yhteensä eniten laatuspisteitä saanut tarjous saa painoarvon mukaiset enimmäispisteet. Muiden tarjoajien pisteet lasketaan kaavalla tarjoajan saamat laatuspisteet / parhaan tarjoajan laatuspisteet * 40 (painoarvon mukaiset enimmäispisteet).

Vertailun lopputulos ja toimittajavalinta

Lopuksi hinta- ja muista vertailuperusteista saadut pisteet lasketaan yhteen. Suurimman yhteenlasketun pistemäärän saanut tarjoaja valitaan sopimustoimittajaksi.

5. TARJOUKSEN SISÄLTÖ JA KIELI

Tarjousasiakirjojen liitteineen tulee olla suomen kielellä. Tarjous tulee laatia huolellisesti siten, että se on tarjouspyynnön mukainen. Tarjouksen toimittaminen sitoo tarjoajaa sekä tarjoushinnaltaan että muilta ehdoiltaan. Sopimusehdot on ilmoitettu tarkemmin tarjouspyynnön liitteenä olevassa asiakaskohtaisen palvelusopimuksen luonnoksessa (Liite 2).

Tarjoajan tulee käyttää tarjousta laatiessaan tarjouspyynnön liitteinä olevia tarjouslomakkeita, jotta tarjoukset ovat vertailukelpoisia ja hankintayksikkö pystyy suorittamaan tarjousvertailun. Tarjoajan on liitettävä tarjoukseensa:

- Hintalomake
- Osaamisenarvioimislomake (CV-lomake)
- Alustava toteutussuunnitelma (vastabrief)
- Puitesopimuksen liite 4 (Toimittajan laadunhallintakuvaus)
- Puitesopimuksen liite 5 (Toimittajan prosessikuvaus)
- Vastaavan referenssikohteen (aiempi case-työ) kirjallinen kuvaus
- Selvitys palvelun tuottamiseen osallistuvista alihankkijoista, jos palvelun tuottamiseen osallistuu alihankkijoita.

Tarjouksesta tulee selkeästi käydä ilmi työnjako tarjoajan ja mahdollisten alihankkijoiden kesken. Tarjoaja voi tarjota lähtökohtaisesti vain puitesopimukseen nimettyjä alihankkijoita.

Lisäksi tarjouksessa tulee nimetä ne asiantuntijat, joita tarjoaja tulee käyttämään sekä heidän ansioluettelonsa (CV-lomake, Liite 3), joista käy ilmi että tarjotut asiantuntijat (mukaan lukien alihankkijat) täyttävät tarjouspyynnön vähimmäisvaatimukset.

Osa- tai vaihtoehtoisia tarjouksia ei hyväksytä. Mikäli yksikään saaduista tarjouksista ei vastaa tarjouspyyntöä Tilaajan edellyttämällä tavalla taikka olosuhteet hankintamenettelyn aikana muuttuvat sellaisiksi, ettei Tilaaja voi tarjouskilpailun tuloksia hyödyntää, voidaan hankintamenettely keskeyttää osittain tai kokonaan. Tilaaja voi keskeyttää hankinnan myös muusta perustellusta syystä. Jos hankintamenettely perustellusta syystä joudutaan keskeyttämään ennen hankintasopimuksen laatimista, Tilaaja ei korvaa mahdollisia kustannuksia, jotka ovat aiheutuneet tarjouskilpailuun osallistumisesta.

6. TOIMITUSAIKA/SOPIMUSKAUSI JA MUUT SOPIMUSEHDOT

Hankekohtaisen asiakaskohtaisen sopimuksen toimitusajan ennakoidaan olevan 1.9.–31.12.2015. Kampanjaa varten tuotetut videot, radio- ja TV-mainokset sekä muut viestintämateriaalit jäävät Tilaajan hyödynnettäväksi mahdollista jälkimarkkinointia varten. Sopimuskausi voi alkaa ja/tai päättyä edellä arvioitua aiemmin tai myöhemmin. Sopimuskausi voi kuitenkin alkaa aikaisintaan vasta sen jälkeen, kun molemmat sopijapuolet ovat allekirjoittaneet hankintaa koskevan asiakaskohtaisen sopimuksen.

Sopijapuolten välillä noudatetaan asiakaskohtaisen sopimuksen lisäksi Hanselin ja toimittajan välistä markkinointiviestintäpalveluja koskevaa puitesopimusta.

Asiakaskohtaisen sopimuksen luonnos on tarjouspyynnön liitteenä numero 2.

7. LUOTTAMUKSELLISUUS

Hankinta-asiakirjat tulevat pääsääntöisesti julkiseksi vasta, kun sopimus on tehty. Asianosaisella eli tarjouskilpailuun osallistuneella on oikeus saada tieto myös muun kuin julkisen asiakirjan sisällöstä. Asianosaisella ei ole oikeutta toisen tarjoajan liike- tai ammattisalaisuuksiin. Tieto tarjousten vertailussa käytetystä hinnasta ja muusta tekijästä on kuitenkin aina annettava. Tarjousten avaustilaisuus ei ole julkinen.

Jos jokin osa tarjouksen materiaalista sisältää tarjoajan käsityksen mukaan liike- tai ammattisalaisuuden johdosta luottamuksellista materiaalia, tulee tällainen materiaali toimittaa erillisellä liitteellä ja merkitä liite LUOTTAMUKSELLISEKSI.

8. LISÄKYSYMYKSET JA MUUT HANKINTAAN LIITTYVÄT TIEDOT

Tarjoaja voi tehdä tarjouspyyntöön liittyviä kysymyksiä. Kysymykset tulee toimittaa viimeistään **3.7.2015 klo 16.15** osoitteisiin: demokratia.om@om.fi ja liisa.mannisto@om.fi. Sähköpostin osoitekenttään sekä tarjousasiakirjoihin on selkeästi merkittävä tarjoavan yrityksen nimi sekä viite **"LISÄKYSYMYKSET – Sähköisten demokratiapalveluiden markkinointikampanja, dnro 1/52/2015"**.

Hankintayksikkö laatii tarjouspyynnöstä tehdyistä kysymyksistä ja hankintayksikön niihin antamista vastauksista kysymys-vastaus -koosteen. Kooste toimitetaan kaikille kysymyksiä esittäneille tai yhteystietonsa ilmoittaneille sähköpostitse viimeistään 10.7.2015 klo 16.15.

9. TARJOUSTEN JÄTTÄMINEN JA VOIMASSAOLO

Tarjous on jätettävä sähköpostitse osoitteeseen oikeusministerio@om.fi. Sähköpostitse voidaan kerralla vastaanottaa enintään 10 Mt:n suuruinen tiedosto.

Tarjouksen tulee olla perillä **viimeistään 14.8.2015 klo 16.15**.

Määräajan jälkeen saapunutta tarjousta ei oteta huomioon. Tarjoaja vastaa siitä, että tarjous on toimitettu hankintayksikölle täydellisenä ja ajoissa.

Sähköpostin osoitekenttään sekä tarjousasiakirjoihin on selkeästi merkittävä tarjoavan yrityksen nimi sekä viite **"Tarjous – Sähköisten demokratiapalveluiden markkinointi-kampanja, dnro 1/52/2015"**.

Tarjouksen tulee olla sitovana voimassa vähintään 31.10.2015 saakka.

Hankintapäätös toimitetaan tarjoajille sähköisesti tarjouksessa ilmoitettuun sähköpostiosoitteeseen. Tarjoajan katsotaan hyväksyneen hankintapäätöksen sähköinen tiedoksianto sähköisen yhteystiedon antamisella.

10. ALLEKIRJOITUKSET

Hankintayksikkö: Oikeusministeriö, Demokratia-, kieli- ja perusoikeusasioiden yksikkö

Helsingissä 23.6.2015



Corinna Tammenmaa
Kieliasianneuvos



Liisa Männistö
Koulutussuunnittelija

TARJOUSPYYNNÖN LIITTEET

- | | |
|---------|---|
| Liite 1 | Hintalomake |
| Liite 2 | Asiakaskohtaisen sopimuksen luonnos |
| Liite 3 | Osaamisenarvioimislomake (CV-lomake) |
| Liite 4 | Kooste olemassa olevista viestintämateriaaleista ja give away -tuotteista |
| Liite 5 | Osallistumisympäristö-hankkeen viestintäsuunnitelmaa vuodelle 2015 |

