

PERUSTELUMUISTIO: MARKKINOINTIVIESTINNÄN PALVELUITA KOSKEVA HANKINTA

1. Kevennetty kilpailutus oli hankekohtainen
2. Kevennetyn kilpailutuksen tarjouspyynnössä ilmoitettu valintaperuste
Kevennetyn kilpailutuksen valintaperusteena on kokonaistaloudellinen edullisuus.
3. Kevennetyn kilpailutuksen tarjouspyynnössä ilmoitetut vertailuperusteet ja niiden painoarvot
 - Vertailuhinta 1 (tuntihinnat), painoarvo 10 prosenttia
 - Vertailuhinta 2 (palvelupakettien hinnat), painoarvo 30 prosenttia
 - Laadullinen vertailuperuste 1: Alustava yleisellä tasolla oleva toteutussuunnitelma (vastabrief), painoarvo 40 prosenttia
 - Laadullinen vertailuperuste 2: Vastaavan aiemman toimeksiannon kirjallinen kuvaus Asiakkaalle, painoarvo 20 prosenttia

4. Tarjousten vertailu

4.1. Hintojen vertailu

Vertailuhinta 1: tuntihinnat (painoarvo: 10 %)

Hintojen vertailussa käytetty laskukaava: halvimman tarjoajan vertailuhinta / tarjoajan vertailuhinta * 10 (painoarvon mukaiset enimmäispisteet).

- Tarjoaja A: Mainostoimisto Kitchen
80,66 € / 6,94 pistettä vertailuhinnan 1 vertailusta
- Tarjoaja B: Recommended Finland Oy
88,00 € / 6,36 pistettä vertailuhinnan 1 vertailusta
- Tarjoaja C: Mainostoimisto SST Oy
56,00 € / 10,00 pistettä vertailuhinnan 1 vertailusta

Vertailuhinta 2: palvelupakettien hinnat (painoarvo: 30 %)

Hintojen vertailussa käytetty laskukaava: halvimman tarjoajan vertailuhinta / tarjoajan vertailuhinta * 30 (painoarvon mukaiset enimmäispisteet).

- Tarjoaja A: Mainostoimisto Kitchen
118 228,83 € / 12,28 pistettä vertailuhinnan 2 vertailusta

- Tarjoaja B: Recommended Finland Oy
48 400,00 € / 30,00 pistettä vertailuhinnan 2 vertailusta
- Tarjoaja C: Mainostoimisto SST Oy
62 416,00 / 23,26 pistettä vertailuhinnan 2 vertailusta

4.2. Laatuvertailu

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

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).

Tarkemmat perustelut laadullisen vertailuperusteen 1 pisteytyksestä on esitetty liitteessä 1.

Tarjoaja A: Mainostoimisto Kitchen

Mainostoimisto Kitchen tarjoaa monimediakampanjaa, joka painottuisi radio- ja verkkomainontaan. Kampanjan kärkenä olisi ensisijaisesti demokratia.fi-sivuston tunnettuuden kasvattaminen, toissijaisesti ohjata kävijöitä verkkosivustolle tutustumaan palveluun. Toimenpiteet ajoittuisivat demokratiaviikkoon ja -päivään. Päätoimenpiteinä ehdotetaan viikon mittaista radiokampanjaa sekä kahden viikon mittaista verkkokampanjaa (Facebook, HS.fi, Kärkimedian uutissivustojen verkosto). Lisäksi tuotettaisiin flyer ja päivitetäisiin palveluesite.

Arvioinnissa pisteytettiin toteutussuunnitelman osa-alueet seuraavasti:

- Aikataulutus, 14 pistettä
- Suunnittelu- ja tuotantoprosessit, 14 pistettä
- Mediakanavat, 16 pistettä
- Mittaaminen ja vaikuttavuuden seuranta, 14 pistettä

YHTEENSÄ: 58 pistettä

Tarjoajan A painotetut pisteet laadullisen vertailuperusteen 1 vertailusta 40,00 pistettä.

Tarjoaja B: Recommended Finland Oy

Recommended Finland Oy tarjoaa verkkomainontaan painottuvaa kampanjaa, jonka tavoitteena on ohjata kävijöitä demokratia.fi-sivustolle. Toimenpiteinä ehdotetaan mm. kampanjanostoa demokratia.fi-sivustolle, sivuston hakukoneoptimointia ja -mainontaa sekä videomainontaa (2 videota) Facebookissa, YouTubeissa ja Twitterissä. Verkkokampanja kestäisi 4 viikkoa, painopiste olisi demokratiapäivän ja -viikon ympärillä. Lisäksi toteutettaisiin 2 viikon mittainen TV-mainoskampanja (verkkokampanjan videot) Ylen kanavilla tietoisuina. Kohderyhmille kohdennettaisiin myös suoramarkkinointia sähköpostitse ja lehti-ilmoittelulla (Kuntalehti), tuotettaisiin flyer sekä päivitetäisiin/täydennettäisiin palveluesite ja give away -tuotteita.

Arvioinnissa pisteytettiin toteutussuunnitelman osa-alueet seuraavasti:

- Aikataulutus, 12 pistettä
- Suunnittelu- ja tuotantoprosessit, 12 pistettä
- Mediakanavat, 18 pistettä
- Mittaaminen ja vaikuttavuuden seuranta, 10 pistettä

YHTEENSÄ: 52 pistettä

Tarjoajan B painotetut pisteet laadullisen vertailuperusteen 1 vertailusta 35,86 pistettä.

Tarjoaja C: Mainostoimisto SST Oy

Mainostoimisto SST Oy tarjoaa sähköisiin medioihin painottuvaa markkinointikampanjaa. Jo olemassa olevia OM:n omia medioita (Facebook, Twitter, Youtube, blogi, OM-verkkosivut), demokratia.fi-sivustoa ja palvelusivustoja hyödynnettäisiin kampanjan kaikessa markkinoinnissa. Lisäksi hankittaisiin maksettua mediaa (TV, radio, Google Display Networks-, -hakusana ja YouTube InStream -markkinointi) ja tavoiteltaisiin ansaitun median näkyvyyttä (mediaosumat, asiantuntijalausunnat ja -kannanotot). TV- ja verkkomainontaa varten tuotettaisiin markkinointivideoita. Lisäksi tuotettaisiin radio-mainos ja flyer sekä päivitetäisiin palveluesite ja täydennettäisiin give away -tuotteita. Kampanja painottuisi demokratiaviikolle ja -päivään, mutta jatkuisi marraskuun loppuun asti.

Arvioinnissa pisteytettiin toteutussuunnitelman osa-alueet seuraavasti:

- Aikataulutus, 12 pistettä
- Suunnittelu- ja tuotantoprosessit, 10 pistettä
- Mediakanavat, 12 pistettä
- Mittaaminen ja vaikuttavuuden seuranta, 10 pistettä

YHTEENSÄ: 44 pistettä

Tarjoajan C painotetut pisteet laadullisen vertailuperusteen 1 vertailusta 30,34 pistettä.

Laadullinen vertailuperuste 2: Vastaavan aiemman toimeksiannon kirjallinen kuvaus Asiakkaalle, painoarvo 20 prosenttia

Laadullisesta vertailuperusteesta 2 yhteensä eniten laatupisteitä saanut tarjous saa painoarvon mukaiset enimmäispisteet. Muiden tarjoajien pisteet lasketaan kaavalla tarjoajan saamat laatupisteet / parhaan tarjoajan laatupisteet * 20 (painoarvon mukaiset enimmäispisteet).

Laadullisen vertailuperusteen 2 arviointi- ja pisteytyskriteerit on esitetty yksityiskohtaisemmin tarjouspyynnössä.

Tarjoaja A: Mainostoimisto Kitchen

- Kanavien hyödyntäminen, 8 pistettä

- Kampanjan liittyminen demokratiaan ja/tai yhteiskunnalliseen osallistumiseen ja vaikuttamiseen, 3 pistettä
- Toimittajan rooli kampanjan asiakkuudessa ja projektinhallinnassa, 2 pistettä
- Toimittajan luovuus ja innovatiivisuus, 5 pistettä
- Toimittajan (tai alihankkijan) rooli kampanjamateriaalien tuottamisessa ja kampanjan toteuttamisessa, 5 pistettä
- Kampanjan kohderyhmät, 3 pistettä
- Kampanjan kustannusten toteutuminen suhteessa tilauksessa/toimeksiannossa sovittuun budjettiin, 1 piste
- Kampanjan pysyminen suunnitellussa aikataulussa, 4 pistettä
- Kampanjalle asetettujen tavoitteiden mittaaminen ja saavuttaminen, 4 pistettä
- Asiakastyytyväisyys, 4 pistettä

YHTEENSÄ: 39 pistettä

Tarjoajan A painotetut pisteet laadullisen vertailuperusteen 2 vertailusta 20,00 pistettä.

Tarjoaja B: Recommended Finland Oy

- Kanavien hyödyntäminen, 8 pistettä
- Kampanjan liittyminen demokratiaan ja/tai yhteiskunnalliseen osallistumiseen ja vaikuttamiseen, 3 pistettä
- Toimittajan rooli kampanjan asiakkuudessa ja projektinhallinnassa, 2 pistettä
- Toimittajan luovuus ja innovatiivisuus, 5 pistettä
- Toimittajan (tai alihankkijan) rooli kampanjamateriaalien tuottamisessa ja kampanjan toteuttamisessa, 5 pistettä
- Kampanjan kohderyhmät, 3 pistettä
- Kampanjan kustannusten toteutuminen suhteessa tilauksessa/toimeksiannossa sovittuun budjettiin, 1 piste
- Kampanjan pysyminen suunnitellussa aikataulussa, 4 pistettä
- Kampanjalle asetettujen tavoitteiden mittaaminen ja saavuttaminen, 4 pistettä
- Asiakastyytyväisyys, 4 pistettä

YHTEENSÄ: 39 pistettä

Tarjoajan B painotetut pisteet laadullisen vertailuperusteen 2 vertailusta 20,00 pistettä.

Tarjoaja C: Mainostoimisto SST Oy

- Kanavien hyödyntäminen, 6 pistettä
- Kampanjan liittyminen demokratiaan ja/tai yhteiskunnalliseen osallistumiseen ja vaikuttamiseen, 3 pistettä
- Toimittajan rooli kampanjan asiakkuudessa ja projektinhallinnassa, 2 pistettä
- Toimittajan luovuus ja innovatiivisuus, 5 pistettä
- Toimittajan (tai alihankkijan) rooli kampanjamateriaalien tuottamisessa ja kampanjan toteuttamisessa, 5 pistettä

- Kampanjan kohderyhmät, 3 pistettä
- Kampanjan kustannusten toteutuminen suhteessa tilauksessa/toimeksiannossa sovittuun budjettiin, 1 piste
- Kampanjan pysyminen suunnitellussa aikataulussa, 4 pistettä
- Kampanjalle asetettujen tavoitteiden mittaaminen ja saavuttaminen, 0 pistettä
- Asiakastyytyväisyys, 0 pistettä

YHTEENSÄ: 29 pistettä

Tarjoajan C painotetut pisteet laadullisen vertailuperusteen 2 vertailusta 14,87 pistettä.

Yhteenveto

Yhteispisteet (hinta ja laatu):

- Tarjoaja A: Mainostoimisto Kitchen, 79,22 pistettä
- Tarjoaja B: Recommended Finland Oy, 92,23 pistettä
- Tarjoaja C: Mainostoimisto SST Oy, 78,48 pistettä

Yhteenveto on esitetty myös liitteessä 2.

Kokonaistaloudellisesti edullisin tarjoaja valitaan sopimustoimittajaksi.

Lopputulokset

Tarjousten vertailussa kokonaistaloudellisesti edullisimmaksi tarjoukseksi arvioitiin Recommended Finland Oy:n tarjous.

LIITTEET

1. Laadullisen vertailuperusteen 1 pisteytystaulukko
2. Puitejärjestelyn sisäisen kevennetyn kilpailutuksen tarjousvertailun yhteenveto