

Umeå Energi AB: Anbudssammanställning	Sista anbudsdag 2016-06-13
Upphandlingens namn Kreativ Reklambyrå UE-2016-0180-472	Inlämnat 2016-06-13
Anbudslämnare Doe Blomberg Gottberg Aktiebolag, Huvudkonto (63253)	Öppnat 2016-06-14

1.0 Pris

Muntlig presentation

De tre (3) anbudsgivare som klarat samtliga skall-krav och som efter utvärderingen erhållit lägst jämförelsetal kommer att kallas till en muntlig presentation som beräknas äga rum i Umeå den 22 och 23 juni vecka 25 2016

På intervjun vill Umeå Energi träffa: Strategiska projektledaren och minst en kreatör i den arbetsgrupp som kommer att jobba mot Umeå Energi.

1.0.1 Krav

Om ni önskar att viss uppgift i anbudet sekretessbeläggs anger ni det i textrutan nedan.

Informera även om vilken skada ni lider om uppgifter blir känd. Om ni skriver NEJ i rutan innebär det att ni inte önskar sekretessbelägga något i ert anbud. Observera att offentlighetsprincipen är grundlagsskyddad och överordnad sekretesslagen

Leverantörens kommentar

Nej.

Leverantörens svar

Kravet uppfylls

1.0.2 Krav

Kravgräns

Minst poäng 2 ska erhållas för respektive utvärderingskriterium (Bedömning 1.0.6, 1.0.7, 1.0.8, 1.0.9, 1.0.10, 1.0.11, 1.0.12, 1.0.13 för att anbudet ska gå vidare i utvärderingsprocessen. Det innebär att, om upphandlingsgruppen bedömer att någon av referensuppdragen för något av utvärderingskriterierna endast levererat upp till betygsnivå 0 eller 1 så kommer anbudsgivaren att uteslutas från vidare utvärdering.

Bedömning

Kravet uppfylls

Motivering

Krav uppfyllt

Krav på bilaga 1.3

Referensuppdrag 1 "Att förflytta ett varumärke"

Referensuppdraget ska haft som mål att flytta ett varumärke mot en bestämd position. Förflyttningen kan ha pågått under några år. Ref ska ha ett bärande koncept som har hållit över tid och som har kunnat anpassats i flera kanaler. Det ska ha innefattat B2B och B2C samt ha tagits ut i ett flertal kanaler varav någon i bred.

Referensuppdraget ska visa hela processen från strategi, genomförande och uppföljning av resultat

1. Beskrivning av uppdraget inklusive strategisk utmaning
2. Syfte och mål
3. Arbetsprocess och roller
4. Målgrupp
5. Kommunikationskoncept
6. Hur ni kvalitetssäkrade uppdraget och arbetade med kostnadseffektivitet
7. Utvärdering/Måluppfyllelse

Anbudsgivaren får inte lämna referensuppdrag som är gjorda på uppdrag av någon av Umeå Energis verksamheter.

Referensuppdraget ska vara utfört 2013 eller senare.

Beskrivningen av referensuppdragen ska följa ovanstående sju punkter och beskrivas på max 5 A4-sidor. Märk gärna referensuppdraget med företagsnamn.

Enheterna som ska bifogas räknas inte in i de fem sidorna.

Referensuppdraget ska bestå av minst tre-fem enheter i minst tre kanaler, varav en ska vara digital

Bilagan [referens uppdrag att förflytta ett varumärke] har bifogats anbudet.

Krav på bilaga 1.4

Referensuppdrag 2 "Säljdrivande kampanj med extremt tydliga konverteringsmål och säljmål"

Referensuppdraget ska vara relevant i förhållande till det som efterfrågas. Med relevant avses att uppdraget innefattar hela processen från brief till utvärdering.

Referensuppdraget ska bestå av minst tre-fem enheter i minst tre kanaler, varav en ska vara digital.

Referensuppdraget ska visa

1. Beskrivning av uppdraget
2. Arbetsprocess
3. Hur ni kvalitetssäkrade uppdraget och arbetade med kostnadseffektivitet
4. Mål
5. Målgrupp
6. Syfte
7. Taktiskt uttag. Vad ni utförde/levererade (3-5 enheter ska bifogas)
8. Kanalval
9. Utvärdering/Måluppfyllelse

Anbudsgivaren får inte lämna referensuppdrag som är gjorda på uppdrag av någon av Umeå Energis verksamheter.

Referensuppdraget ska vara utfört 2013 eller senare.

Beskrivningen av referensuppdragen ska följa ovanstående nio punkter och beskrivas på max 5 A4-sidor

Märk gärna referensuppdraget med företagsnamn.

Enheterna som ska bifogas räknas inte in i de fem sidorna.

Bilagan [referensuppdrag Säljdrivande kampanj] har bifogats anbudet.

Krav på bilaga 1.5

Ifylld svarsbilaga pris bifogas anbudet

Bilagan [svarsbilaga pris] har bifogats anbudet.

1.0.6 Bedömning

Kriterium: Kreativ förmåga Referensuppdrag 1 "Att förflytta ett varumärke"

Det redovisade referensuppdraget bör påvisa att anbudsgivaren har en kreativ förmåga.

Med kreativ förmåga menas en tydlig koppling från strategiska slutsatser till kreativ gestaltning. Det vill säga att hitta den unika idén, den innovativa lösningen utifrån uppdragsgivarens givna ramar och behov.

Bedömning	Poäng	Jämförelsetal
4 p Utmärkt	4 p	0,00

Motivering

Anbudsgivaren har i det inlämnade referensuppdraget visat på en utmärkt kreativ förmåga utifrån vad som här upphandlas. Det finns en tydlighet och begriplighet i beskrivningen. De har utifrån en befintlig strategi skapat ett koncept som kan anpassas till olika kanalers förutsättningar och utvecklas efter nya behov. Anbudsgivarens kreativa förmåga skulle ge ett utmärkt mervärde för Umeå energi.

1.0.7 Bedömning

Kriterium: Målgruppsanpassning Referensuppdrag 1 "Att förflytta ett varumärke"

Det redovisade referensuppdraget bör påvisa att anbudsgivaren har förståelse för målgruppernas behov och att dessa målgruppsinsikter avspeglas tydligt i leveransen av uppdraget (resonemang, slutsatser och gestaltning).

Bedömning	Poäng	Jämförelsetal
4 p Utmärkt	4 p	0,00

Motivering

Det finns ett tydligt och strukturerat resonemang om hur målgruppsinsikter påverkar resonemang, vägval och gestaltning. Bönder ingick i arbetsgrupp för att säkerställa tonalitet och relevans. Anbudsgivaren har med det inlämnade referensuppdraget visat på en utmärkt förmåga att målgruppsanpassa kommunikationen på det sätt som avses i denna upphandling.

1.0.8 Bedömning

Kriterium: Kostnadseffektivitet Referensuppdrag 1 "Att förflytta ett varumärke"

Det redovisade referensuppdraget bör påvisa att anbudsgivaren har insikter om hur uppdragsgivaren kan

reducera sina kommunikationskostnader. T ex. hur väl leverantören bemannat uppdraget i de olika faserna, hur kostnadseffektivitet genomsyrar resonemangen.

Bedömning	Poäng	Jämförelsetal
4 p Utmärkt	4 p	0,00

Motivering

Anbudsgivaren har i det inlämnade referensuppdraget visat på en utmärkt förmåga att arbeta kostnadseffektivt. Trots en i sammanhanget begränsad budget har de med stor kreativitet hittat möjligheter för stort genomslag. Fördelning mellan intern och extern produktion motiveras väl. Kanalvalen var väl förankrad i målgruppsinsikter och var ett exempel på kostnadseffektivitet. Samarbetet med Tetra Pak är ett exempel på relevant partnerstrategi som stärker varumärke och kostnadseffektivitet.

1.0.9 Bedömning

Kriterium: Uppföljning Referensuppdrag 1 "Att förflytta ett varumärke"

Det redovisade referensuppdraget bör påvisa att anbudsgivaren har förmåga att på ett strukturerat sätt följa upp och mäta verkligt utfall av det man velat åstadkomma med arbetet/kampanjen/varumärkesarbetet. Bedömning omfattar dels hur väl metoden samt resultatet i något eller flera av måtten kännedomseffekt, attitydförändring eller beteendeeffekt är beskrivet och dels hur väl man lyckades leverera utifrån uppdragsgivarens givna ramar och behov.

Bedömning	Poäng	Jämförelsetal
4 p Utmärkt	4 p	0,00

Motivering

Anbudsgivaren har på ett strukturerat och tydligt sätt beskrivit metod, mål och uppföljning. Metoden möjliggör att kontinuerligt utveckla och anpassa konceptet efter gjorda mätningar. Utfallet är utmärkt, de lyckades leverera utifrån uppdragsgivarens givna ramar och behov. Anbudsgivarens förmåga att arbeta med uppföljning skulle medföra ett utmärkt mervärde för Umeå energi.

1.0.10 Bedömning

Kriterium: Kreativ förmåga Referensuppdrag 2 "Säljdrivande kampanj med extremt tydliga konverteringsmål och säljmål"

Det redovisade referensuppdraget bör påvisa att anbudsgivaren har en kreativ förmåga. Med kreativ förmåga menas en tydlig koppling från strategiska slutsatser till kreativ gestaltning. Det vill säga att hitta den unika idén, den innovativa lösningen utifrån uppdragsgivarens givna ramar och behov.

Bedömning	Poäng	Jämförelsetal
4p Utmärkt	4 p	0,00

Motivering

Anbudsgivaren har i det inlämnade referensuppdraget visat på en utmärkt kreativ förmåga utifrån vad som här upphandlas. Konceptet har ett tydligt säljbudskap vilket är vad detta referensuppdrag avser. Det finns en tydlighet och begriplighet i beskrivningen. De har på ett utmärkt sätt förhållit sig till det nya medielandskapet. Anbudsgivarens kreativa förmåga skulle ge ett utmärkt mervärde för Umeå energi.

1.0.11 Bedömning

Kriterium: Målgruppsanpassning Referensuppdrag 2 "Säljdrivande kampanj med extremt tydliga konverteringsmål och säljmål"

Det redovisade referensuppdraget bör påvisa att anbudsgivaren har förståelse för målgruppernas behov och att dessa målgruppsinsikter avspeglas tydligt i leveransen av uppdraget (resonemang, slutsatser och gestaltning).

Bedömning

4p Utmärkt

Poäng

4 p

Jämförelsetal

0,00

Motivering

Det finns ett tydligt och strukturerat resonemang om hur målgruppsinsikter påverkat resonemang, vägval och gestaltning. Motivering och resonemang om hur man kom fram till den emotionella tonaliteten är tydlig. Insikt om att infotainment var en viktig drivkraft påverkade även val av regissör. Anbudsgivaren har med det inlämnade referensuppdraget visat på en utmärkt förmåga att målgruppsanpassa kommunikationen på det sätt som avses i denna upphandling.

1.0.12 Bedömning

Kriterium: Kostnadseffektivitet Referensuppdrag 2 "Säljdrivande kampanj med extremt tydliga konverteringsmål och säljmål"

Det redovisade referensuppdraget bör påvisa att anbudsgivaren har insikter om hur uppdragsgivaren kan reducera sina kommunikationskostnader. T ex. hur väl leverantören bemannat uppdraget i de olika faserna, hur kostnadseffektivitet genomsyrar resonemangen.

Bedömning

4p Utmärkt

Poäng

4 p

Jämförelsetal

0,00

Motivering

Det finns en utmärkt beskrivning om hur kostnadseffektivitet har påverkat uppdraget. Produktionen genomfördes i redaktionsform, det täta samarbetet - där man satt tillsammans - med mediabyrå möjliggjorde snabba justeringar i produktion. Relevanta delar av produktionen gjordes internt. Anbudsgivaren har med det inlämnade referensuppdraget visat att deras förmåga att arbeta kostnadseffektivt skulle medföra ett utmärkt mervärde för Umeå energi.

1.0.13 Bedömning

Kriterium: Uppföljning Referensuppdrag 2 "Säljdrivande kampanj med extremt tydliga konverteringsmål och säljmål"

Det redovisade referensuppdraget bör påvisa att anbudsgivaren har förmåga att på ett strukturerat sätt följa upp och mäta verkligt utfall av det man velat åstadkomma med arbetet/kampanjen/varumärkesarbetet. Bedömning omfattar dels hur väl metoden samt resultatet i något eller flera av måtten kännedomseffekt, attitydförändring eller beteendeeffekt är beskrivet och dels hur väl man lyckades leverera utifrån uppdragsgivarens givna ramar och behov.

Bedömning

4p Utmärkt

Poäng

4 p

Jämförelsetal

0,00

Motivering

Anbudsgivaren har på ett strukturerat och tydligt sätt beskrivit metod, målkriterier och uppföljning. Deras agila sätt att kontinuerligt A/B-testa och målgruppsanpassa kommunikationen ger en kvalitetssäkrad uppföljning. Utfallet är utmärkt.

1.0.14 Bedömning

Kriterium Företagskultur

Kultur är betydelsefullt för att avgöra om det finns potential till en god relation mellan leverantören och Umeå Energi som möjliggör långsiktigt samarbete och skapande. Teamets arbetssätt, samarbete och samspel mellan individer kommer att bedömas eftersom gruppens dynamik och sätt att arbeta definierar förutsättningar för framgångsrikt och effektivt arbete. Leverantörens värderingar och normer, ger en god förutsättning för att skapa kreativa lösningar i ett samarbete med Umeå Energi.

Kriteriet företagskultur bedöms utifrån de muntliga presentationerna av referensuppdragen och ett antal intervjufrågor som Umeå Energi identifierat som viktiga för att få till ett bra samarbete. Detta betyg kommer alltså enbart tilldelas de anbudsgivare som klarat samtliga skall-krav och samtidigt erhållit lägst jämförelsetal och kvalificerat sig till den muntliga presentationen. Det är ofrånkomligt att bedömningen till viss del blir subjektiv. Umeå Energi upphandlingsgrupp vill dock försäkra er om att arbetet sker på ett systematiskt sätt för att uppnå en så objektiv bedömning som möjligt.

Bedömning

4p Utmärkt

Poäng

4 p

Jämförelsetal

0,00

Motivering

Arbetsgruppen visar upp en mycket hög kompetens och mycket stor professionalitet i sin presentation. Samspelet i gruppen är bra och resonemanget kring arbetsmetodik och projektupplägg passar utmärkt för Umeå energi. Synen på värdegrund och kultur är utförligt och djup beskriven. Vi ser att det finns en utmärkt potential till en god relation mellan anbudsgivaren och Umeå energi som möjliggör långsiktigt samarbete och skapande.

1.1 Prisfråga

Strategisk projektledare, vikt 20 Ange i prisrutan det viktade priset för aktuell befattning/roll.

Ex 1.500 kr/tim x 0,20= 300 kr

Antal

1

Pris/h

190

Summa

190,00 SEK

1.2 Prisfråga

AD, vikt 20 Ange i prisrutan det viktade priset för aktuell befattning/roll.

Ex 1.500 kr/tim x 0,20= 300 kr

Antal	Pris/h	Summa
1	190	190,00 SEK

1.3 Prisfråga

Produktionsledare, vikt 20 Ange i prisrutan det viktade priset för aktuell befattning/roll.

Ex 1.000 kr/tim x 0,20= 200 kr

Antal	Pris/h	Summa
1	160	160,00 SEK

1.4 Prisfråga

Copywriter , vikt 20 Ange i prisrutan det viktade priset för aktuell befattning/roll.

Ex 1.000 kr/tim x 0,20= 200 kr

Antal	Pris/h	Summa
1	190	190,00 SEK

1.5 Prisfråga

Orginalare, vikt 20 Ange i prisrutan det viktade priset för aktuell befattning/roll.

Ex 1.000 kr/tim x 0,20= 200 kr

Antal	Pris/h	Summa
1	140	140,00 SEK

Totalt hela anbudet	Jämförelsetal
870,00 SEK	870,00