

Till medlemmarna i Komm
Stockholm i september 2011

RÅD OCH FÖRTYDLIGANDEN TILL BYRÅERNA VID UPPHANDLING ENLIGT SVERIGES ANNONSÖRERS OCH KOMMS REKOMMENDATIONER.

Vi byråer har allt att vinna på en gemensam hållning vid pitcher och upphandlingar. Helt enkelt för att vi ska kunna lägga vår tid på rätt saker. Och framför allt bli bedömda på rätt kriterier. Principen är att vi ska bli bedömda på meriter, förståelse för uppdraget och lämplighet baserat på utförda uppdrag, men inte bjuda på gratisjobb för att vinna ett uppdrag. Därför har vi tagit fram de här råden. Genom att följa dem, kan vi alla bidra till att förbättra villkoren för hela branschen och samtidigt höja det upplevda värdet på våra tjänster.

Även våra uppdragsgivare har allt att vinna på en effektiv och bra process. Därför finns motsvarande rekommendationer, med samma innehåll men formulerade ur uppdragsgivarens perspektiv, för medlemmarna i Sveriges Annonser. Dessa finns på www.annons.se.

Process:

En bra urvalsprocess bör bestå av nedanstående huvudsteg:

1. Inbjudan
2. Byråpresentationer
3. Finalrunda med fördjupningsuppgift

1. Inbjudan:

- Uppdragsgivaren förväntas redogöra för innehållet i upphandlingsprocessen; vad som förväntas av de inbjudna byråerna, vilka frågor byråerna ska ge svar på, vilka urvalskriterier som gäller i bedömningen, vad den blivande byråns uppdrag ska vara samt ge indikationer om uppdragets storlek.
- Uppdragsgivaren förväntas redovisa hur många byråer som bjudits in (max 5 byråer).
- Byrån bör redan här rekommendera att processen följer de gemensamma rekommendationerna från Komm och Sveriges Annonser samt att uppdragsgivaren kontaktar byråvalsrådgivare om det uppstår oklarheter i processen.

2. Byråpresentationer (utan ersättning):

Byrå förväntas:

- Presentera byrå och en tänkt arbetsgrupp samt arbete som utförts av byrå eller deltagarna i arbetsgruppen.
- Presentera CV på personer, referenser och business cases.
- Medverka i möten för att parterna ska kunna lära känna varandra.

3. Finalrunda med fördjupningsuppgift (mot ersättning).

Byrå förväntas utifrån en tydlig brief:

- Förbereda och arrangera diskussioner, workshops eller andra aktiviteter för att visa på förståelse för uppdragsgivaren, uppdraget och marknaden.
- I dessa möten ställa upp med den huvudarbetsgrupp eller de nyckelpersoner som sedan ska arbeta med uppdraget.
- Byrå ska inte leverera specifikt idéarbete, skisser eller strategiska dokument till uppdragsgivaren.

Ekonomisk ersättning:

- För presentationer av byrå, arbetsgrupp, cases, kreativt/strategiskt arbete utfört för byråns befintliga kunder och övrigt i presentationsfasen utgår inget arvode.
- Uppdragsgivaren bör däremot betala ett arvode till de "förlorande" byråerna i finalrundan. Storleken på detta arvode bestäms av uppdragsgivaren. Sveriges Annonssörer och Komm rekommenderar att arvodet grundar sig på ett marknadsmässigt värde på det antal timmar som man förväntar sig att varje byrå lägger ner.
- Arvodet ska klargöras vid urvalsprocessens början.

Övrigt:

- Byrå förväntas lämna minst tre kundreferenser som uppdragsgivaren fritt kan kontakta.
- Ett beslut bör fattas och meddelas byråerna senast två veckor efter sista presentationen.
- Uppdragsgivaren förväntas ge konkret feedback till byråerna efter avslutad byråvalsprocess.

Stockholm september 2011

Klas Tjebbes
Sveriges Kommunikationsbyråer

Max Aperia
Sveriges Annonssörer