



Exempel: Dialog

INKÖP GÄVLEBORG – PR, KOMMUNIKATION, WEBB OCH EVENTTJÄNSTER

Inköp Gävleborg upphandlade 2014 ett ramavtal som skulle tillhandahålla PR & Kommunikations-, Webb- och Eventtjänster med hög kreativ kvalitet till Fiber Optic Valley, BORAB och kommunerna i Ovanåker, Söderhamn och Hudiksvall. Syftet var att erhålla en effektiv, funktionell och väl fungerande varumärkeshantering innefattande samtliga PR-, kommunikations-, webb- och eventtjänster som utfördes hos beställarna. Exempel på tjänster var kommunikationsstrategier och marknadsföringsmaterial riktade till prioriterade målgrupper genom olika kanaler.

Vad gällde Eventtjänster sökte de en professionell leverantör som offererade helhetslösningar och som på ett kostnadseffektivt sätt kunde ta ett totalansvar för beställarnas deltagande i mässor och events, dels i Sverige och dels utomlands.

Speciellt efterfrågades proaktiva leverantörer som kommer med egna initiativ och idéer och hade koll på marknadstrenderna. För att nå syftet var tjänstens/leverantörens kompetens, servicenivå, säkerhet, kreativitet och totalkostnad viktig.

GENOMFÖRANDE

På Inköp Gävleborg finns en lång erfarenhet av att arbeta med leverantörsdialog som en del av marknadsanalysen. I det här fallet tyckte referensgruppen (beställarna) inte att de behövde prata med leverantörer då de redan ansåg sig ha en bra inblick i vad branschen kunde erbjuda.

Upphandlingsansvarig föreslog trots allt att bjuda in potentiella leverantörer till enskilda möten och erbjöd beställarna att delta om de var intresserade. Anledningen var att upphandlingsansvarig hade mycket goda erfarenheter av leverantörsdialoger sedan tidigare och själv ville höja sin kunskap på området inför upphandlingen.



Mötet med leverantörerna föregicks av att upphandlingsansvarig kontaktade potentiella leverantörer med en inbjudan. I inbjudan försökte de på ett så enkelt sätt som möjligt förklara varför de var intresserade av att träffa leverantörerna och vad de ville att leverantörerna skulle bidra med.

De kontaktade leverantörerna var mycket positiva till att delta på dialogmöten och inbjudan resulterade i två fullbokade mötesdagar där varje leverantör fick 45 minuter för en dialog. Den positiva responsen från leverantörerna resulterade i att även beställarna ville delta under dialogmötena. Dialogen syftade till att leverantörerna skulle få en möjlighet att vara med och påverka de krav som skulle ställas i upphandlingen, genom att säkerställa att de var realistiska och relevanta.

Det som beskrivs som mest tidsödande i den aktuella upphandlingen var att ta fram underlag inför dialogen samt att de valde att träffa relativt

många potentiella leverantörer. Samtidigt menar ansvarig upphandlare att den tiden tjänades in under annonseringstiden då det inkom relativt få frågor från anbudslämnarna.

RESULTAT

Upphandlingen ledde till tecknat avtal med ett antal olika leverantörer inom de fem områden man definierat i förfrågningsunderlaget. Beställaren blev nöjd med resultatet av upphandlingen.

STYRKOR

Styrkorna med att föra dialog med potentiella leverantörer är enligt upphandlingsansvarig att man får återkoppling från branschen på vad som är aktuella områden att fokusera på och vad som är relevanta och rimliga krav. En annan styrka är att leverantörerna kan ge sina synpunkter på hur de tycker att anbuden bör utvärderas. Det är

vanligt att leverantörerna tycker att upphandlande myndigheter ska frångå att upphandla på pris och istället fokusera på kvalitet, och då är det intressant att höra hur de tycker utvärderingen ska genomföras: vad är kvalitet i leverantörernas ögon?

Enligt upphandlingsansvarig är leverantörernas synpunkter även värdefulla när det kommer till att utforma prissättning och prismallar.

FRAMGÅNGSFAKTORER

Framgångsfaktorn i den aktuella upphandlingen var beslutet att bjuda in så många leverantörer till dialog som man gjorde. Då det både fanns ett flertal potentiella anbudsgivare på marknaden och flera olika behov i upphandlingen betydde det

mycket att så många som möjligt fick komma till tals innan förfrågningsunderlaget formulerades. Det var mycket värdefullt att man lyckades räta ut de flesta frågetecken innan upphandlingen annonserades.

UTMANINGAR

Utmaningen i den specifika upphandlingen var att beställarnas behov var många och olika. Dessutom var beställarna inledningsvis inte intresserade av att föra dialog med potentiella leverantörer; det blev alltså en utmaning för upphandlingsansvarig att få beställarna att se värdet med att föra en dialog med leverantörerna och delta på dialogmötena.

LÄRDOMAR OCH REKOMMENDATIONER

Den främsta lärdomen från den aktuella upphandlingen och tidigare upphandlingar är att inte göra dialogen till något alltför komplicerat. Det är viktigt att på ett enkelt sätt förklara för leverantörerna varför man är intresserad av att prata med dem och vad de kan bidra med i upphandlingsprocessen. Ansvarig upphandlare på Inköp Gävleborg uttrycker sig på följande sätt angående leverantörsdialoger:

Det är viktigt att avdramatisera dialogen med leverantörerna. Det är inte svårare än "vi vill träffa er och höra vad ni vet och kan". Det handlar om att vara nyfiken och få information. Man sätter sig ner och pratar helt enkelt.



Information om upphandlingen har inhämtats från upphandlingsansvarig hos Inköp Gävleborg.

VILL DU VETA MER?

Kontakta oss så berättar vi mer om dialog.