

Konsulentbistand til Udbudsrådets kommunikationsstrategi

1. Beskrivelse af opgaven

1.1. Udbudsrådets nuværende kommunikation

Udbudsrådet blev nedsat i december 2008 og sekretariatsbetjenes af Konkurrencestyrelsen.

Udbudsrådets kommunikation finder på nuværende tidspunkt primært sted, når rådet har færdiggjort et produkt. Derudover har rådet etableret en hjemmeside, www.udbudsraadet.dk.

Der ligger ikke egentlige principper eller strategi til grund for rådets kommunikation. Rammerne for rådets arbejde er fastlagt i dets kommissorium. Heraf fremgår det bl.a., at Udbudsrådets skal fremme konkurrencen i den offentlige sektor, herunder:

- Iværksætte og deltage i debatter om nye mulige tiltag til sikring af lige konkurrence om offentlige opgaver.
- Gennemføre dialog med statslige myndigheder, kommuner, regioner og virksomheder med henblik på at afdække, om de iværksatte tiltag er tilstrækkelige og fungerer i praksis, herunder om der er velfungerende konkurrence på de forskellige markeder for offentlige opgaver.

Det bemærkes, at Udbudsrådets funktionsperiode (indtil videre) slutter ved udgangen af 2011.

1.2 Udbudsrådets fremadrettede kommunikation

Udbudsrådet vil udarbejde en kommunikationsstrategi, som fremadrettet anvendes af rådet. Med strategien ønsker rådet:

- at resultaterne af rådets arbejde udbredes til de relevante målgrupper.
- at rådets arbejde bliver anvendt til at sætte konkurrence på dagsordenen hos de offentlige myndigheder og tilskynder private leverandører til øget handel med den offentlige sektor.

Konkret vil strategien.:

- Præcisere strategiens formål.
- Afklare målgrupper (hvilke målgrupper er der for kommunikationen af rådets arbejde?)
- Fastlægge Udbudsrådets kommunikationsprincipper (hvilke principper skal rådet anvende i kommunikationen?)
- Fastlægge, hvilke kommunikationsformer Udbudsrådet mest hensigtsmæssigt kan anvende

På baggrund af strategien skal der udarbejdes en plan for, hvordan strategien udmøntes.

Fokus er at få en anvendelsesorienteret strategi og redskaber til at styrke Udbudsrådets kommunikation. Strategien skal hurtigt kunne udmøntes.

Kommunikationsstrategien vil primært skulle anvendes af Udbudsrådets formand samt af Udbudsrådets sekretariat til at forbedre Udbudsrådets/formandens kommunikation.

1.3. Konsulenternes rolle

Fase 1. Udarbejdelse af kommunikationsstrategi

- Overordnet er konsulenternes rolle at sparre om og komme med input til, hvordan Udbudsrådet bedst opfylder rådets ønsker til kommunikationen (nå ud til målgruppe samt sætte konkurrence på dagsordenen).
- Konsulenterne skal konkret bidrage med input til strategien, herunder til at fastlægge formålet, definere målgruppen, fastlægge kommunikationsprincipper og kommunikationsformer.
- Konsulenterne skal være tovholder/facilitator på processen.

Fase 2. Opstarte udmøntningen af strategien

- Konsulenterne skal bidrage med forslag til, hvorledes strategien bedst omsættes til praksis (herunder input til plan for udmøntning).
- Konsulenterne skal komme med input til opstarten af kommunikationsstrategiens udmøntning.

På baggrund af tilbuddet på opgaven afholdes et indledende afklaringsmøde. Derefter forventer Udbudsrådets sekretariat, at arbejdet vil fordre, at konsulenterne:

- Deltager i tre-fire arbejds møder med sekretariatet/formanden.
- Planlægger og kommer med oplæg til arbejds møderne.
- Deltager i en (1/2-dags)-workshop med Udbudsrådet.
- Præsenterer strategien og udmøntningsplanen for Udbudsrådet på mødet i maj.

Udbudsrådets sekretariat vil – på baggrund af arbejds møder og sparring – nedskrive kommunikationsstrategien og udmøntningsplanen.

1.4. Overordnet tentativ tidsplan for proces for arbejdet med Udbudsrådets kommunikationsstrategi

Aktivitet	Deadline
Modtage tilbud på opgave	Uge 3
Aftale og afholde indledende afklaringsmøder	Uge 3-4
Igangsætte arbejdet med fase 1 (udarbejde strategi)	Ultimo jan.
WS med Udbudsrådet om strategien	Primo marts
Afslutte fase 1	Medio marts
Igangsætte arbejde med fase 2 (afklare udmøntning)	Medio marts
Afslutte fase 2	Medio april
Præsentation for Udbudsrådet	Maj

1. 5. Ønsker til tilbud

Tilbuddet på Udbudsrådets kommunikationsstrategi skal indeholde:

- Forslag til opgaveløsning/proces/tidsplan (det bemærkes, at oplægget i punkt 1.2-1.4 er forslag, men ikke facit for, hvorledes opgaven løses).
- Pris på opgaveløsningen.
- Timepris på evt. tilkøb af supplerende ydelser.
- Beskrivelse af konsulenter, der udfører opgaven.
- Referencer.

2. Kontaktoplysninger

Spørgsmål mv. vedr. udbuddet kan rettes til Susanne Thaarup, st@ks.dk, tlf. 7226 8162.

3. Frist for modtagelse af tilbud

Fristen for modtagelse af tilbud er fredag den 22. januar kl. 12. Tilbud modtaget efter dette tidspunkt vil ikke blive taget i betragtning.

4. Adresse for modtagelse af tilbud

Tilbud sendes pr. mail til Udbudsrådets sekretariat, att. Susanne Thaarup, st@ks.dk.

5. Udvælgelseskriterier

Udbuddet er åbent. De virksomheder, der er interesserede i at afgive bud på opgaven, skal indlevere en ansøgning, der indeholder følgende:

1) *Evne*: Kun virksomheder der kan præstere erfaringer fra lignende opgaver, vil komme i betragtning som tilbudsgiver. Virksomhederne skal derfor indsende referencer fra 3 lignende opgaver til vurdering af virksomhedernes faglige kompetencer. Referencerne skal som minimum indeholde en beskrivelse af opgavernes omfang og synlige resultater.

2) *Økonomiske forhold*: En underskrevet tro og love erklæring om hvorvidt tilbudsgiver har ubetalt forfalden gæld til det offentlige vedrørende bidrag til sociale sikringsordninger eller skatter og afgifter, jf. lov nr. 336 af 13. maj 1997 om begrænsning af skyldneres mulighed for at deltage i offentlige udbudsforretninger, skal vedlægges tilbuddet.

Endvidere vil kun virksomheder, der fremsender det seneste årsregnskab, komme i betragtning som leverandør. Det gælder dog ikke virksomheder, der endnu ikke har afgivet deres første årsregnskab. Disse virksomheder forventes dog at tilvejebringe dokumentation for soliditet og omsætning i øvrigt.

Det skal bemærkes, at såfremt der ikke er medsendt dokumentation vedrørende de ovenfor nævnte minimumskrav og/eller de fastsatte tidsfrister for fremsendelse af dokumentation ikke er overholdt, vil det medføre, at ansøgningen udelukkes fra vurdering.

6. Kriterier for tildeling af opgaven

Opgaven vil blive tildelt virksomheden med det økonomisk mest fordelagtige tilbud efter følgende delkriterier i prioriteret rækkefølge:

- Samlet pris eksklusiv moms samt timepris på evt. tilkøb af supplerende ydelser
- Kvalitet
- De tilknyttede medarbejderes individuelle kompetencer i forhold til opgaven

Pris: Virksomheden skal i forbindelse med tilbudsafgivelse angive en samlet pris for udførelse af opgaven samt timepris på evt. tilkøb af supplerende ydelser.

Kvalitet. Virksomheden skal beskrive den metode og fremgangsmåde, herunder tidsplan der vil blive anvendt til at udarbejde kommunikationsstrategien og udmøntningen af denne. Endvidere skal

virksomheden beskrive, hvordan strategien og udmøntningen af denne kan tilrettelægges, så effekten heraf bliver så stor som muligt.

Tilknyttede medarbejderes individuelle kompetencer: Virksomheden skal fremsende cv'er på de medarbejdere, der tilknyttes opgaven. Udbudsrådets sekretariat vil i den forbindelse særligt lægge vægt på, at virksomheden benytter medarbejdere, der har såvel uddannelsesmæssige som praktiske forudsætninger for at kunne bidrage til kommunikationsstrategien bedst muligt.