



AS
VINMONOPOLET

20-072 KUNDEREISEN I VINMONOPOLET
OG ØVRIGE MARKEDS- OG
KUNDEUNDERSØKELSER

Innholdsfortegnelse

1.1	GENERELT	3
1.2	GENERELT OM VINMONOPOLET	3
1.3	HVA DET INNHENTES TILBUD PÅ.....	3
1.4	ANBUDBETINGELSER	3
2	KRAV TIL TILBUD.....	4
2.1	KONTRAKTSBETINGELSER	4
2.2	AVTALENES VARIGHET	4
2.3	FORBEHOLD	4
2.4	TILDELINGSKRITERIER	4
2.5	TILBUDETS FORM OG BESVARELSE	5
2.6	TILBUDSFRIST OG ADRESSER.....	5
2.7	INNLEVERING, FORMAT OG INNHOLD.....	5
2.7.1	<i>Levering av tilbud.....</i>	<i>5</i>
2.7.2	<i>Rettelser, suppleringer eller endringer i konkurransegrunnlaget</i>	<i>5</i>
2.8	AVLYSNING AV KVALIFISERING OG TOTALFORKASTELSE.....	6
3	KRAVSPESIFIKASJON.....	6



1.1 Generelt

1.2 Generelt om Vinmonopolet

AS Vinmonopolet har enerett på detaljsalg av vin, brennevin og sterkøl til forbruker. Bedriftens virksomhet er regulert gjennom særskilt lovgivning. Vinmonopolet har i dag 334 butikker over hele landet. Hovedkontoret ligger i Oslo.

Mer informasjon om Vinmonopolet finnes på vår hjemmeside: www.vinmonopolet.no

1.3 Hva det innhentes tilbud på

AS Vinmonopolet skal innhente tilbud på markeds- og kundeundersøkelser for 2 år + opsjonsmuligheter 1+1år.

Det skal innhentes tilbud på følgende undersøkelser:

1. Kundereisen i Vinmonopolet
2. Øvrige kunde-/markedsundersøkelser

1.4 Anbudsbetingelser

Anskaffelsen gjennomføres i henhold til lov om offentlige anskaffelser av 17. juni 2016 (LOA) og forskrift om offentlige anskaffelser (FOA) FOR 2016-08-12-974. del I og del III. Kontraktstildeling vil bli foretatt etter prosedyren åpen anbudskonkurranse, jf. FOA § 13-1(1).

I denne konkurransen er det ikke anledning til å forhandle. Det er følgelig ikke anledning til å endre tilbudet etter tilbudsfristens utløp. Videre gjøres det oppmerksom på at tilbud som inneholder vesentlige avvik fra anskaffelsesdokumentene skal avvises etter forskrift om offentlige anskaffelser § 24-8(1) b. Oppdragsgiver kan avvise tilbud som inneholder avvik fra anskaffelsesdokumentene, uklarheter eller lignende som ikke må anses ubetydelige, jf. forskriftens § 24-8(2) a.

Leverandøren oppfordres derfor på det sterkeste til å følge de anvisninger som gis i dette konkurransegrunnlaget med vedlegg og eventuelt stille spørsmål ved uklarheter via Mercell.

Det vises også til kunngjøring i Doffin og TED. Enhver kostnad som anbyder måtte pådra seg i forbindelse med dette anbudet og en eventuell kontraktsinngåelse skal dekkes av anbyder.

Anbudsinnsbydelsens innhold er i sin helhet å betrakte som konfidensiell. Den skal kun benyttes i forbindelse med anbudet. Det samme gjelder all informasjon i forbindelse med anbudsinnsbydelsen og informasjon som kan henføres til denne.

Anbud som ikke er fullstendige, ikke i samsvar med anbudsforespørselen eller er for sent mottatt kan bli forkastet.

Tilbyder skal spesifisere eventuelle avvik og forbehold fra denne forespørselen på eget ark. Det som ikke er tatt forbehold om anses som akseptert.



2 Krav til tilbud

2.1 Kontraktsbetingelser

En eventuell avtale om leveranse vil være basert på vedlagte Bistandsavtale for statlige anskaffelser SSA-B (se vedlegg).

Kontrakten anses som akseptert av leverandør med mindre det tas uttrykkelig forbehold. Dersom det tas forbehold skal dette angis spesielt. Ved forbehold skal det også anføres den konkrete formulering som leverandør ønsker.

Vedlagte etiske retningslinjer og sosiale kontraktsvilkår inngår som en del av kontrakten.

Vinmonopolet forbeholder seg retten til å avvise anbud som ikke baserer seg på vedlagte kontrakt.

Vinmonopolets etiske retningslinjer og Sosiale kontraktsvilkår inngår som en del av denne avtalen.

Denne rammeavtalen er ikke eksklusiv.

2.2 Avtalenes varighet

Avtalen løper 2 år (+ opsjon 1 + 1 år).

Oppdragsstart antas å bli februar 2021.

2.3 Forbehold

Det tas forbehold om leveransens omfang, gjennomføring og tidsperiode

2.4 Tildelingskriterier

Tildeling baseres på den totalt sett beste kvalitative leveransen innenfor, og følgende kriterier legges til grunn. Kriteriene er oppført i prioritert rekkefølge:

- **Gjennomføringsmetodikk og analytisk oppfølging:** Tilbyder skal overordnet redegjøre for hvordan man ser for seg gjennomføringen av undersøkelsene og rapportering/presentasjon av resultatene, samt hvorfor man har valgt undersøkelsesdesignet. (vektlegges med 35 prosent)
- **Oppdragsforståelse og forutsetninger for å løse oppdraget:** Tilbyder skal beskrive hvordan oppdraget forstås, herunder hvordan Vinmonopolets nåværende posisjon og fremtidige utfordringer kan sees i sammenheng med utviklingen av det norske samfunn de siste tiårene; både markedsmessig, politisk og med hensyn til mer generelle holdninger og forbrukertrender. Videre skal det beskrives hvilke forutsetninger tilbyder har for å løse oppdraget, basert på erfaring, kompetanse og sammensetning av team (vektlegges med 30 prosent)
- **Prosjektledelse:** Tilbyder skal overordnet redegjøre for planlegging, forberedelser, gjennomføring, oppfølging og evaluering av undersøkelsene, og hvordan sikre at tilbyder og Vinmonopolet har lik forståelse av formål og forventet leveranse gjennom hele prosessen. (vektlegges med 25 prosent)
- **Pris:** For del 1 oppgis totalpris og differensiert på evt. delleveranser. For del 2 skisseres et prisestimat for løsning. Alle priser bes oppgitt i NOK eks mva. og inklusiv alle administrasjonsgebyr osv. (vektlegges med 10 prosent).

AS Vinmonopolet skal velge kun én leverandør.



2.5 Tilbudets form og besvarelse

Tilbudet skal være utformet på norsk.

Tilbudet skal gi presise svar på alle krav som stilles i forespørselen. Det skal klart fremgå hvilke krav som ikke blir tilfredsstilt. Alle relevante kostnadselementer må tas med og prises i tilbudet. Tilbud som er upresise kan bli avvist.

2.6 Tilbudsfrist og adresser

Tilbudet skal være mottatt av AS Vinmonopolet via Mercell portalen innen dato 26. januar 2021 kl. 12.00. Tilbudets gyldighet skal være 6 måneder.

2.7 Innlevering, format og innhold

All kommunikasjon i forbindelse med konkurransen skal skje via systemportalen www.mercell.no.

2.7.1 Levering av tilbud

Tilbud skal leveres elektronisk via Mercellportalen, www.mercell.no innen tilbudsfristen. For sent innkomne tilbud vil bli avvist. (Systemet tillater heller ikke å sende inn tilbud elektronisk via Mercell etter tilbudsfristens utløp.)

Hvis man ikke er bruker hos Mercell, ta kontakt med Mercell Support på tlf: 21 01 88 60 eller på e-post til: support@mercell.com. Det samme gjelder dersom man har spørsmål knyttet til funksjonalitet i verktøyet, for eksempel hvordan man skal gi tilbud.

Det anbefales at tilbudet leveres i god tid før fristens utløp, minimum 1 time før fristens utløp. Skulle det komme tilleggsinformasjon fra oppdragsgiver som fører til at man ønsker å endre tilbudet før fristen utgår, kan man gå inn og åpne tilbudet, gjøre eventuelle endringer og levere på nytt helt inntil tilbudsfristen utgår. Det sist leverte tilbudet regnes som det endelige tilbudet.

Tilbudet krever elektronisk signatur ved levering. Man vil under innlevering av tilbudet bli bedt om en elektronisk signatur for å bekrefte at det er aktuell tilbyder som har sendt inn tilbudet. Elektronisk signatur kan skaffes på www.commfides.com, www.buypass.no eller www.bankid.no.

NB! Vi gjør oppmerksom på at det kan ta noen dager å få levert elektronisk signatur slik at denne prosessen må settes i gang så snart som mulig.

Vinmonopolet gjør også oppmerksom på at det ikke er anledning til å sende tilbud per post eller levere tilbud i papirformat. Tilbud skal leveres gjennom Mercell.

2.7.2 Rettelser, suppleringer eller endringer i konkurransegrunnlaget

Innen tilbudsfristens utløp har oppdragsgiver rett til å foreta rettelser, suppleringer eller endringer i konkurransegrunnlaget som ikke er av vesentlig karakter. Rettelser, suppleringer eller endringer vil bli sendt til alle som har meldt sin interesse i Mercell. Opplysninger som oppdragsgiver gir på forespørsel fra en tilbyder, vil umiddelbart bli sendt til alle de øvrige i anonymisert form.

Opplysninger om rettelser, suppleringer og endringer kunngjøres elektronisk via Mercell portalen. Ved en revisjon av konkurransen, vil dette vises som en ny versjon av konkurransen. Når det gjelder tilleggsopplysninger, vil dette fremkomme i fanebladet "Tilleggsinformasjon" i Mercell portalen. Leverandører som har registrert sin interesse, vil få melding via sin e-post om rettelser, suppleringer eller andre endringer i konkurransen. Følg lenken i meldingen for å komme til den aktuelle konkurransen.



Dersom det oppdages feil i konkurransegrunnlaget, bes det om at dette omgående formidles til oppdragsgiver via kommunikasjonsmodulen i Mercell portalen.

2.8 AVLYSNING AV KVALIFISERING OG TOTALFORKASTELSE

Oppdragsgiver kan avlyse konkurransen eller forkaste samtlige søknader dersom det foreligger saklig grunn for det.

3 Kravspesifikasjon

Vinmonopolet skal sørge for at omsetning av alkohol skjer i kontrollerte former. Gjennom ansvarlig salg og regulert tilgjengelighet skal Vinmonopolet bidra til å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol. Videre skal Vinmonopolet ifølge oppdragsbrevet, innenfor eksisterende rammebetingelser, utvikle seg og modernisere seg, slik at man også møter samfunnets forventninger og behov. Dette er en forutsetning for å sikre legitimitet i befolkningen, som er avgjørende for å opprettholde monopolordningen. Vinmonopolet gjennomfører markeds- og kundeundersøkelser for å overvåke samfunnets holdninger til Vinmonopolet og vinmonopolordningen, samt avdekke hvilke faktorer som er viktige med tanke på videreutvikling. Det er i det følgende beskrevet spesifikasjon for én konkret leveranse og for beskrivelse av undersøkelseskonsept for øvrige markeds- og kundeundersøkelser.

1) Kundereisen i Vinmonopolet

- **Leveranse:** Lede gjennomføringen, i tett samarbeid med prosjektgruppa i Vinmonopolet, presentasjon av resultater både i form av muntlig presentasjon, tabellverk og i egen rapport der resultatene kommenteres og sees i en bredere sammenheng – både relatert til funn i undersøkelsen og mer generelle utviklingstrekk i samfunnet for øvrig.
- **Tidspunkt:** Oppstart så snart som mulig, med sluttrapport levert i midten av april.
- **Målgruppe:** Vinmonopolets kunder.
- **Formål:** Vinmonopolet planlegger to prosjekter i 2021, for å videreutvikle kundemøtet i Vinmonopolet: Det beste kundemøtet og Sømløs kundereise. I den forbindelse er det igangsatt et analyseprosjekt, Innsikt kundereisen, som skal gi verdifull innsikt og brukes som en del av beslutningsgrunnlaget for planlegging, prioriteringer og konkrete tiltak i de to prosjektene.

Analyseprosjektet skal gi innsikt om ulike kunders behov/preferanser og barrierer gjennom kundereisen, for ulike handleoppdrag og på tvers av kanalene. Videre skal prosjektet gi kunnskap om Vinmonopolets dyktighet på det kundene anser som viktigst i kundereisen, også sett opp mot rammevilkår og strategiske mål.

I vedlegg 4. følger en mer detaljert beskrivelse av innsiktsbehovet, prioriteringer og rammer, samt oversikt med viktige områder som omfatter en mindre andel av Vinmonopolets kunder og identifiserte usikkerheter relatert til Korona-situasjonen. I vedlegg 5. er en oversikt med de fasene i kundereisen og de ulike kanalenes kontaktpunkter relatert til fasene.

- **Metode/omfang:** Tilbyder står fritt til å definere metode og omfang innenfor oppgitt tidsramme. Vinmonopolet har definert fire hovedsegmenter for alkoholkunden, og resultatene i undersøkelsene må kunne differensieres på ulike kundesegmenter. Tilbyder må i den forbindelse



kunne identifisere fire ulike kundesegmenter. Her finnes det en definert utvalgsplan og vektprosedyre for SSP syntaks, se vedlegg 6. Metode for å gjenskape segmentene i nye undersøkelser.

Vinmonopolets segmenteringsmodell er basert på alle som handler alkohol i Norge. Denne undersøkelsen baseres på Vinmonopolets kunder. Det er ønskelig å kontrollere at segmenteringsmetodikken er overførbart til Vinmonopolets kunder.

2) Øvrige markeds- og kundeundersøkelser

Vinmonopolet gjør i dag ulike undersøkelser har til hensikt å avdekke befolkningens holdninger til Vinmonopolet, vinmonopolordningen og enkelte alkoholpolitiske forhold, samt kundeopplevelsen i Vinmonopolet. Videre er formålet å få innsikt i hva som påvirker oppfatningen av Vinmonopolet og hvilke faktorer som er viktige med tanke på en videreutvikling av Vinmonopolet.

Temaer som dekkes er Vinmonopolets ulike handelskanaler og kommunikasjonsflater, nyhetslanseringer og sortiment, handleopplevelse og kundemøte, interesse og preferanse for mat og drikke, forbruk og handlevaner, samt bærekraft.

Eksempler på undersøkelser som gjøres jevnlig er Kunde- og opinionsundersøkelse (årlig), kundeundersøkelse om infomateriell (ca hvert 2. år) og kampanjetest (1-4 ganger årlig).

Eksempler på enkeltundersøkelser som er gjennomført de siste årene er emballasje på vin, nyhetslansering, informasjon på hylleforkant, klima-miljøsmart emballasje.

Vinmonopolet gjennomfører også ulike holdningsundersøkelser jevnlig, bl.a. mot ungdom og foreldre (hvert 2. år), og mot studenter (årlig).

Tilbyder skal beskrive et overordnet undersøkelseskonsept som

- Sikrer et langsiktig og helhetlig perspektiv på undersøkelser som gjennomføres jevnlig, hvor undersøkelser av omdømme, kundetilfredshet, holdninger, preferanser og adferd sees i sammenheng og på tvers av undersøkelsene.
- Sikrer at adhoc-undersøkelser kan sees i helhetsperspektivet, hvor relevante funn fra gjennomførte undersøkelser trekkes inn i nye undersøkelser både i forarbeidet til undersøkelsene og refleksjoner rundt resultater som vil bidra til å skape mer nyansert innsikt.
- Sikrer tracking av relevante målinger som gjøres i prosjektet Innsikt kundereisen, både relatert til Korona-risiko og til effekten av de tiltakene som igangsettes i de etterfølgende prosjektene.
- Sikrer at samme spørsmål blir stilt med lik formulering i ulike undersøkelser, for å ivareta behovet for å se ulike undersøkelser og resultater i sammenheng.
- Sikrer at relevant historikk fra eksisterende undersøkelser ivaretas.

Det kreves at forretningspråk er norsk.



Vedlegg

1. Etske retningslinjer
2. Sosiale kontraktsvilkår
3. Bistandsavtalen statlige anskaffelser SSA_B med vedlegg
4. Innsiktsbehov og tilnærming
5. Kundereisen i Vinmonopolet - faser steg og kontaktpunkter på tvers av kanaler
6. Metode for å gjenskape segmentene i nye undersøkelser