

Dokumenter rundt e-handel og logistikk

I dette dokumentet er det samlet 4 vedlegg rundt e-handel og logistikk for Helse Sør-Øst og Helse Vest.

Etableringsvedlegg – ehandel.no

Sortiment

Definer hvilke produkter som skal inngå i produktkatalogen, og som skal gjøres tilgjengelig for kjøpers interne bestillere. Kryss av på det alternativet en er enige om å legge til grunn, og fyll ut utfyllende informasjon:

Alt (X)	Alternativ og utfyllende informasjon
	Katalog som dekker selgers totale sortiment Eventuell utfyllende informasjon:
X	Katalog som kun dekker avtaleprodukter Eventuell utfyllende informasjon:
	Katalog som dekker avtaleprodukter og følgende produkter/sortiment: Eventuell utfyllende informasjon:

Fremdriftsplan

Fyll inn datoer i tabellen nedenfor for når kjøper og selger skal være klare med aktivitetene som leder frem til en katalog klar for handel. Tidsestimatene i parentes er ment som veiledende for en katalog hvor partene setter av tilstrekkelige ressurser.

Datoene er forpliktende for alle involverte parter. Forsinkelser som ikke er varslet, ikke akseptert eller skyldes tredjepart, kan vurderes som mislighold av avtalen. Forsinkelser i fremdriften vil forplante seg.

Aktivitet:	Forpliktende dato:
Kontrakt signert med IBX:	
Første katalogutkast mottatt av IBX:	
Endelig katalog mottatt av IBX:	
Katalog gjort tilgjengelig for kjøper	
Første ordre (test eller reell) sendes:	

Katalogkvalitet

Katalogkvalitet er avgjørende for hvordan brukeren opplever leverandøren, og hvor lojal han/hun vil være mot leverandøren og innkjøpsløsningen. Det er derfor avgjørende med nøye gjennomtenkte og klare krav til katalogen. Fyll inn kravene til katalogkvalitet i tabellen nedenfor. For informasjon om hva de ulike verdiene krever av kvalitet, se vedlegget 'Kriteriekrav'.

Kriterier	Verdi (0-5)
Produktnavn	4
Produktbeskrivelse	4
Bilde	5
Kategorisering (UNSPSC)	5
Synonymer	3
Produktidentitet	2
Vedlegg	5

Dato:

Signatur Helse Vest RFH

Signatur Leverandør X

Lars Johan Frøyland
Logistikk og innkjøpssjef

Fornavn Etternavn

Vedlegg: Kriteriekrav

Attributt	Verdi	Kriterier
Produktnavn	0	Artikkelnummer, typebetegnelse eller lignende brukes som Produktnavn. Ingen informasjon om produkttype.
	1	Nøkkelterminologi er forkortet. Viktig produktinformasjon savnes (for eksempel produsent/modell). Produktnavnet er ikke unikt.
	2	Se verdi 1. Produktnavnene er unike.
	3	Produktnavnet er unikt og beskrivende, men ikke rasjonalisert (se verdi 4). Ingen forkortede nøkkeltermer.
	4	Rasjonaliserte Produktnavn ifølge anbefalt syntaks-> (Type av produkt - merke / modell - nøkkelattributt). Unike navn. Ingen forkortede nøkkeltermer.
	5	Se verdi 4. Konvensjonelle navn og termer brukes (brukervennlige, enkle å forstå for alle sluttbrukere).
Produktbeskrivelse	0	Produktbeskrivelsene er kortere og mindre utførlige enn Produktnavnet. Produktbeskrivelser savnes.
	1	Produktbeskrivelse = Produktnavnet
	2	Viktig informasjon savnes (for eksempel minnet til en PC)
	3	Produktenes formål og egenskaper er beskrevet. Nøkkeltermer er forkortet.
	4	Utførlige beskrivelser med all vital produktinformasjon. Ingen forkortede nøkkeltermer.
	5	Saklig informasjon som beskriver produktenes formål og egenskaper. Ingen unødig reklame eller irrelevant informasjon.
Bilder	0	Mindre enn 15 % av samtlige Produkter har bildelenker
	1	Minst 15 % av samtlige Produkter har bildelenker
	2	25 % av samtlige Produkter har bildelenker
	3	50 % av samtlige Produkter har bildelenker
	4	Rett formaterte (størrelse og vekt) og relevante bilder lenket til 80% av samtlige Produkter
	5	Rett formaterte (størrelse og vekt) og relevante bilder lenket til 99% av samtlige Produkter
Kategorisering (UNSPSC)	0	Mindre enn 80 % av samtlige Produkter kategorisert i korrekt segment (nivå 1)
	1	Minst 80 % av samtlige Produkter kategorisert i korrekt segment (nivå 1)
	2	99 % av samtlige Produkter kategorisert i korrekt segment (nivå 1)
	3	99 % av samtlige Produkter kategorisert i korrekt familie (nivå 2)
	4	95 % av samtlige Produkter kategorisert i korrekt klasse (nivå 3). Øvrige 5 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 2).
	5	95 % av samtlige Produkter kategorisert i korrekt varegruppe (nivå 4). Øvrige 5 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 2).
Synonymer	0	Ingen synonymer
	1	Synonymer identifiserer sortimentet / leverandøren snarere enn de enkelte produktene, for eksempel 'kontormateriell', 'møbler', 'vaskeutstyr' etc., som kan medføre irrelevante søketreff.
	2	Synonymer identifiserer 25 % av samtlige Produkter
	3	Synonymer identifiserer 50 % av samtlige Produkter. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
	4	Synonymer identifiserer 75 % av samtlige Produkter. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
	5	Synonymer identifiserer 99 % av samtlige Produkter. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.

Produktidentitet	0	Leverandørens artikkelnummer har dårlig format med lav søkbarhet (for eksempel begynner med '0000' eller er separerte med mellomrom).
	1	Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	2	Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog. Katalogen savner navn på produsent samt produsentens artikkelnummer.
	3	25 % av samtlige Produkter har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	4	50 % av samtlige Produkter har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	5	99 % av samtlige Produkter har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
Vedlegg	0	Ingen vedlegg
	1	Link til leverandørens hjemmeside. Ingen produktspesifikke lenker, tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	2	25 % av samtlige Produkter har produktspesifikke lenker, tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad. (OBS! Ikke bildelenker)
	3	50 % av samtlige Produkter har produktspesifikke lenker, tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad. (OBS! Ikke bildelenker)
	4	75 % av samtlige Produkter har produktspesifikke lenker, tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad. (OBS! Ikke bildelenker)
	5	99 % av samtlige Produkter har produktspesifikke lenker, tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad. (OBS! Ikke bildelenker)

KRAV TIL EHANDEL, VAREKATALOG OG LOGISTIKK i Helse Sør-ØST

FOR LEVERANDØRER TIL HELSE SØR-ØST RHF

Innhold

1 Innledning	2
1.1 Om dette dokumentet	2
1.2 Krav om dokumentasjon fra leverandør	2
2 Krav til kontaktdata	2
2.1 Nye leverandører	3
2.2 Eksisterende leverandører	3
3 Krav til elektronisk varekatalog	3
3.1 Innhold og endring av varekatalog	3
4 Krav til varelogistikk	4
4.1 Generelle krav	4
4.1.1 Sporing av artikkelnummer	4
4.1.2 Korrekt pris og enhetsinformasjon i faktura	4
4.2 Krav til forpakkingsstørrelse og emballasje	4
4.3 Krav til merking av gods	4
4.3.1 Fare for skade/forsiktig håndtering	4
4.3.2 Kjøl/frys varer og varmegods	5
4.3.3 Biologisk materiale	5
4.4 Krav til pakkseddel	5
4.4.1 Innhold	5
4.5 Krav til fraktbrev	5
4.5.1 Fraktbrev - generelt	5
4.5.2 Elektronisk fraktbrev	5
4.5.3 Krav om reklamasjon og retur	5

1 Innledning

Alle helseforetak i Helse Sør-Øst RHF (heretter HSØ RHF) har tatt i bruk elektronisk handel over den offentlige markedsplassen, eller skal i løpet av kort tid ta markedsplassen i bruk.

Leverandører som ønsker å levere varer til HSØ RHF med tilhørende helseforetak (heretter HF) må derfor inngå samhandlingsavtale¹ med HSØ RHF og forplikte seg til å levere varekatalog på formatet definert i samhandlingsavtalen, samt tilfredsstillere kravene beskrevet i dette dokumentet.

1.1 Om dette dokumentet

Dette dokumentet gjelder i tillegg til generelle innkjøpsvilkår for varer i HSØ RHF, samt rammeavtalevilkårene for leveranse av medisinske varer til HSØ RHF.

Et av hovedformålene med dette dokumentet er å beskrive krav for å sikre at leverandørens elektroniske varekatalog skal være implementert i innkjøpssystemene til de enkelte helseforetakene i HSØ RHF før oppstart av kontrakt. Dokumentet er også å betrakte som en veileder for praktiske forhold knyttet til Samhandlingsavtalen.

HSØ RHF har inngått avtale om drift av eksternt lager og har etablert Helse Sør-Øst Forsyningsssenteret (heretter HSØ-FS). Før oppstart av nye avtaler vil det bli gjort en sortimentsvurdering om hvilke varer som skal distribueres via HSØ-FS og hvilke varer som skal bestilles direkte fra HF. Sortimentsvurderingene vil skje i samarbeid med helseforetakene, leverandør og Sykehuspartner. Nærmere spesifisering om leveringssted finnes på hver enkelt bestilling.

1.2 Krav om dokumentasjon fra leverandør

Valgt leverandør skal utarbeide og oversende en elektronisk varekatalog før avtalen signeres via IBX til Helse Sør-Øst som kjøper. Når katalogen er godkjent av Helse Sør-Øst v Sykehuspartner, vil leverandør motta en bekreftelse og få beskjed om å levere inn katalog til de helseforetakene som er på eHandel. Utfylling av katalog skal være i tråd med kravene i samhandlingsavtalen, se eget vedlegg.

2 Krav til kontaktdata

Sykehuspartner har i samarbeid med HSØ RHF og Helseforetakenes Innkjøpsservice AS (heretter HINAS) utviklet en portal for nasjonale og regionale avtaler; Innkjøpsportalen.

Innkjøpsportalen skal brukes til innlevering av statistikk til HSØ RHF og HINAS. Leverandører som leverer varer til HSØ-FS har mulighet til å hente ut statistikk fra Innkjøpsportalen.

Innkjøpsportalen gir en oversikt over samtlige nasjonale, regionale avtaler og lokale avtaler. HSØ-FS, HINAS og Sykehuspartner vil bruke Innkjøpsportalen til å formidle nyheter og informasjon. Siste versjon av relevante dokumenter som f.eks. maler, Instruksjer og frister gjøres også tilgjengelig på Innkjøpsportalen. Der vil leverandørene

¹ Se eget vedlegg Samhandlingsavtale_Helse Sør-Øst.pdf

også finne en enkel brukerveiledning til Innkjøpsportalen.

Den enkelte leverandør er ansvarlig for egen kontaktinformasjon slik at Innkjøpsportalen til enhver tid er oppdatert. Det er opprettet en egen side for vedlikehold av kontaktinformasjon. Sikkerhet på WEB server vil overordnet ivaretas av Sykehuspartner, men den enkelte leverandør skal selv sørge for sikkerheten til eget område, herunder sikker oppbevaring og bruk av eget brukernavn og passord.

2.1 Nye leverandører

Nye leverandører til HSØ RHF må snarest mulig etter tildeling ta kontakt med portal@sykehuspartner.no for å få et eget brukernavn og passord til Innkjøpsportalen. Deretter skal leverandøren registrere alle obligatoriske felter under kontaktdata. Denne informasjonen vil bli brukt av alle HF, HSØ-FS og Sykehuspartner.

2.2 Eksisterende leverandører

Eksisterende leverandør må snarest mulig etter tildeling av kontrakt, logge seg inn på Innkjøpsportalen for å kontrollere at kontaktdataene er korrekte, og eventuelt legge inn en kontaktperson for ny inngått avtale.

3 Krav til elektronisk varekatalog

Samhandlingsavtalen definerer HSØ RHF's krav til katalogkvalitet. Kravene som fremkommer i dette avsnittet er harmonisert og standardisert i et samarbeid mellom HSØ RHF og Helse Vest RHF, og er ment å gi en samlet gjennomgang av de generelle kravene til utfylling av varekatalog.

Instruks eller krav til utfylling av den elektroniske varekatalogen fås ved henvendelse til Capgemini support@ibxplatform.com. Mer informasjon finnes på: <http://www.ehandelsplattformen.no>.

Det presiseres at leverandør ikke forventes å levere full elektronisk varekatalog som en del av selve tilbudet. Derimot ønsker HSØ RHF at leverandøren i sitt tilbud forplikter seg til å utarbeide og oversende varekatalogen til HSØ RHF som kunde via eHandelsplattformen før kontraktsignering. Det er Sykehuspartner som er mottaker av denne katalogen. Når Sykehuspartner har godkjent katalogen vil leverandør få beskjed, og leverandøren må deretter sende inn den godkjente katalogen til mottakerne av elektronisk varekatalog.

Følgende er mottakere av elektronisk varekatalog i HSØ RHF:

- HSØ RHF v Sykehuspartner
- Akershus universitetssykehus
- Oslo universitetssykehus
- Sykehuset Innlandet
- Vestre Viken

3.1 Innhold og endring av varekatalog

I varekatalogen skal det ikke benyttes forkortelser på produktnavn, da dette kan skape utfordringer i innkjøpssystemene til de enkelte HF. Produktnavnet må derfor inneholde en full beskrivelse av produktet med lengde, bredde, diameter etc.

Videre ønskes en konsekvent språkbruk, i form av samme stavemåte/navn i en varekatalog, hvorav kun norske eller engelske navn og begreper godkjennes. Det gjøres oppmerksom på at det er kun varer med 1. prioritet som skal være i varekatalogen.

Hvert HF kan sette krav til hvilke varer som skal inngå i varekatalogen. Som hovedregel ønskes kun avtaleprodukter (HINAS/HSØ/lokale avtaler) i varekatalogen. Det kan forekomme unntak fra dette, f.eks. dersom leverandøren leverer utstyrsavhengige produkter. Leverandøren må da kontakte innkjøpsansvarlig ved det aktuelle HF. En endring av innholdet i varekatalogen, f.eks. i form av en rettelse, kan kun gjøres etter avtale med det enkelte HF. Det ønskes for øvrig færrest mulig endringer av varekatalogen i løpet av avtaleperioden.

Endringer i sortiment og/eller pris skal godkjennes av avtaleforvalter i Sykehuspartner.

Dersom innholdet i den godkjente varekatalogen etter avtale med Sykehuspartner endres underveis i avtaleperioden, skal leverandøren oversende oppdatert versjon av varekatalogen til alle mottakere av elektronisk varekatalog i HSØ RHF.

4 Krav til varelogistikk

For HSØ-FS gjelder egne logistikkbetingelser, se bilag 6.

4.1 Generelle krav

4.1.1 Sporing av artikkelnummer

Artikkelnummeret i varekatalogen skal benyttes både i ordrebekreftelse, pakkseddel, fysisk merking på kolli og i faktura.

4.1.2 Korrekt pris og enhetsinformasjon i faktura

Faktura skal inneholde samme enhetspriser og -benevnelser som i den elektroniske varekatalogen.

4.2 Krav til forpakkingsstørrelse og emballasje

Pakningsstørrelser og emballasje skal være egnet for distribusjon både via HSØ-FS og direkte til sykehusets varemottak.

Alle medisinske varer skal være emballert på en måte som sikrer varens krav til evt. sterilitet (3-lags) og mot evt. skader (f. eks. støtskader). Generelt skal naturligvis alle varer være pakket hensiktsmessig for å unngå skader.

4.3 Krav til merking av gods

4.3.1 Fare for skade/forsiktig håndtering

Kolli som inneholder varer som skal håndteres forsiktig, skal merkes godt synlig.

Dette gjelder f. eks. varer som kan få støtskade eller tilsvarende. Leverandør er ansvarlig for å emballere en vare tilfredsstillende og merke godt synlig.

Eksempel på merking kan være "GLASS", "THIS SIDE UP", "↑" eller tilsvarende.

4.3.2 Kjøl/frys varer og varmegods

Kjøl/frys varer og varmegods skal håndteres av mottaker på en spesiell måte. Varer som defineres som kjølfrys varer og varmegods skal merkes med rød/oransje godt synlig etikett som er viser at det er kjølfrys vare og varmegods.

Kjølfrys varer og varmegods skal ikke pakkes sammen med andre varer.

4.3.3 Biologisk materiale

Varer som inneholder biologisk materiale skal håndteres av mottaker på en spesiell måte.

Varer som inneholder biologisk materiale skal merkes med godt synlig etikett som er viser at varen inneholder biologisk materiale.

Varer som inneholder biologisk materiale skal ikke pakkes sammen med andre varer.

4.4 Krav til pakkseddel

Pakkseddel skal festes i plastlomme utenpå kolli og være godt synlig
Pakkseddel skal ikke festes over åpningen til en eske/kartong

4.4.1 Innhold

Pakkseddel skal minimum inneholde informasjon om:

- Rekvirentens gyldige ordrenummer
- Artikkelnummer, samt eventuelle lot nr., batch nr., eller utløpsdato på artikkel
- Antall bestilte enheter og evt. antall resterende enheter
- Kontaktadresse for en evt. reklamasjon eller retur

Alle leverandører som sender ASN-meldinger skal påføre strekkode med bestillingsnummer lett synlig på pakkseddel.

4.5 Krav til fraktbrev

4.5.1 Fraktbrev - generelt

I de tilfeller transportør krever underskrift på et fraktdokument for dokumentasjon av forsendelse, skal fraktdokumentet inneholde informasjon om mottakers adresse, antall kolli og kolli(enes) bestillingsnummer.

4.5.2 Elektronisk fraktbrev

Elektroniske fraktdokument er ikke gyldige uten at disse gir minimum informasjon om mottakers adresse, antall kolli og kolli(enes) bestillingsnummer.

4.5.3 Krav om reklamasjon og retur

HSØ RHF skal kunne kreve retur eller reklamasjon av uskadet vare inntil 10 dager etter fakturaens forfallsdato.

Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av Ehandelsplattformen Ehandel.no

1 Samhandlingsavtalen og de samhandlende partene

Avtale om elektronisk samhandling (Samhandlingsavtale) er inngått mellom følgende parter:

Rolle	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens navn	Helse Vest RHF	
Organisasjonsnummer	986 658 725	

Samhandlingsavtalen gjelder for gjennomføring av partenes elektroniske samhandling og har til hensikt å avstemme partenes gjensidige forventninger, og sikre en god fremdrift på implementeringen av ehandelsløsningen. Partene er innforstått med at avtalen setter krav til de tjenester og tekniske ehandelsløsninger de er forpliktet til å etablere, inklusive tjenester og tekniske ehandelsløsninger anskaffet fra tredjepart, herunder operatøren av Ehandelsplattformen på Ehandel.no (IBX AS).

Hvis det er opprettet en forretningsavtale eller kjøpsavtale mellom partene vil Samhandlingsavtalen utgjøre et vedlegg til den merkantile avtalen, og beskrive vilkårene og betingelsene som skal styre den elektroniske samhandlingen mellom partene. Er det ikke opprettet annen avtale vil Samhandlingsavtalen utgjøre en egen selvstendig avtale.

Referanse til den(de) forretningsavtale(r) som samhandlingsavtalen gjelder for	All elektronisk samhandling mellom partene.
---	---

Samhandlingsavtalen har samme gyldighet som forretningsavtalen mellom partene, med mindre den blir skriftlig sagt opp av en av partene. Gjensidig oppsigelse er satt til dager. Endringer til Samhandlingsavtalen skal være gjensidig avtalt og dokumentert i en revidert versjon av avtalen. Ønske om eventuelle endringer skal meddeles den annen part skriftlig måneders varsel med mindre annet er avtalt særskilt. Tilsvar skal gis innen 10 arbeidsdager. Denne samhandlingsavtale kan regulere forholdet mellom Kjøper og Leverandør alene, eller i kombinasjon med annen forretningsavtale/kjøpsavtale. Hvis det er motstrid mellom denne samhandlingsavtale og en forretningsavtale/kjøpsavtale, skal følgende tolkningsprinsipp(er) legges til grunn:

1 Det som er avtalt i denne samhandlingsavtalen skal gå foran generelle forretningsvilkår i kjøpsavtale/forretningsavtale på den elektroniske samhandlingen

2 Ved manglende oppfølging eller mislighold av samhandlingsavtalen kan det være aktuelt med sanksjoner der det følger av forretningsavtalen/kjøpsavtalen eller av alminnelige obligasjonsrettslige prinsipper.

Ved inngåelse av Samhandlingsavtalen har eller skal Kjøper opprette(t) et kontraktsforhold med operatøren av Ehandelsplattformen (Capgemini/IBX) og skal som hovedregel bruke operatøren av Ehandelsplattformen for elektronisk utveksling av forretningsdokumenter.

Partene skal tilrettelegge sine tekniske løsninger, rutiner og organisasjon slik at elektronisk samhandling i henhold til beskrivelsene i denne avtalens kan skje senest fra:

Oppstartsdato for elektronisk samhandling	Ved kontraktinngåelse.
--	------------------------

De tekniske løsninger, rutiner og organisasjon som er nødvendig for å understøtte den elektroniske samhandlingen som beskrevet i avtalens kan etableres i henhold til den milepælsplan som er angitt i avtalens punkt 2.

Partene har en aktiv opplysningsplikt om forhold som vedrører tilgjengelighet av de tjenester og tekniske e-handelsløsninger som partene etablerer etter denne avtalen og som påvirker partenes mulighet til å gjennomføre elektronisk samhandling.

Dersom en part forårsaker at det ikke er mulig å gjennomføre elektronisk samhandling som beskrevet i dette dokument i en periode på

14 kalenderdager og dette ikke er avtalt på forhånd, betraktes avtalen som misligholdt og sanksjonsregime, hvis dette er avtalt i forretningsavtalen/kjøpsavtalen, tre i kraft.

**Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av
Ehandelsplattformen Ehandel.no**

Henvendelser vedrørende denne samhandlingsavtalen skal rettes skriftlig til:

	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens adresse	Helse Vest RHF PB 303 Forus 4066 Stavanger	
Hovedkontaktperson	Kristian Aardal	
	Leverandørkoordinator	
e-post adresse	ehandel@helse-vest.no	

For øvrig henvises til kontaktpersoner angitt i den til forretningsavtalen mellom partene.

	Kjøper	Leverandør
Forpliktende underskrift		
Dato for underskrift		
Tittel	Innkjøpssjef	
Navn	Lars Johan Frøyland	

Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av Ehandelsplattformen Ehandel.no

2 Etablering av tekniske løsninger, rutiner og organisasjon

2.1 Milepælsplan

Følgende milepæler er avtalt for å sikre en effektiv og synkronisert tilrettelegging av tekniske løsninger, rutiner og organisasjon, slik at elektronisk samhandling skal kunne skje fra avtalt oppstartsdato:

Milepæl	Avtalt ferdigdato	
1	Produkter/tjenester som skal gjøres tilgjengelig i katalogen er avtalt	10 dager etter utløpt klagefrist.
2	Selger og Leverandør har etablert et kontraktsforhold med operatøren av Ehandelsplattformen på Ehandel.no	10 dager etter utløpt klagefrist
3	Kjøper har etablert avstemt plan over tiltak som skal gjennomføres for å skape utbredelse av elektronisk handel i egen organisasjon. <i>Viktig at kjøper definerer sin innkjøpsorganisasjon samt kartlegger leveringsadresser. For å gjennomføre en fullstendig elektronisk prosess som både kjøper og leverandør kan ta del i er det viktig å registrere unik identifikasjon i sitt innkjøpssystem for disse to områder. (eks. GLN eller annen unik identifikator).</i>	Avtales etter behov.
4	Kjøper har sendt triggerdokument til operatør av Ehandelsplattformen for leverandøraktivering (forventet aktiveringstid av leverandør avstemmes med operatør).	5 virkedager etter utløpt klagefrist.
5	Produktkatalog skal være lastet opp fra Leverandør i Ehandelsplattformens katalogverktøy.	12 virkedager etter utløpt klagefrist.
6	Kjøpers evaluering av katalog i henhold til inngått avtaler (hvis ikke avvik neste steg pkt. 7)	17 virkedager etter utløpt klagefrist.
7	Kjøper og Leverandør har gjennomført gjennomgang av kvaliteten og innhold i Leverandørs produktkatalog via Ehandelsplattformens katalogverktøy (hvis avvik fra avtalte krav).	17 virkedager etter utløpt klagefrist.
8	Produktkatalog er godkjent og gjort tilgjengelig for Kjøpers organisasjon via Ehandelsplattformen	22 dager etter utløpt klagefrist.
9	Begge parter tekniske løsninger er testet og godkjent (ved behov)	Før oppstart

Detaljerte prosjekt-/aktivitetsplaner kan eventuelt gis som vedlegg.

2.2 Rollefordeling under etablering

Nedenstående ansvarsmatrise angir den prinsipielle rollefordelingen mellom partene ved etablering av tekniske løsninger, rutiner og organisasjon.

Forhold	Kjøper	Operatør av Ehandelsplattformen	Leverandør
Avvik fra Samhandlingsavtale	Beslutter	Informeres	Melder
Sortiment	Definerer/Beslutter	Informeres	Melder
Utfylling av katalogmal	Informeres	Konsulteres	Utfører
Tekniske spørsmål relatert til katalog	Informeres	Konsulteres	Informeres
Teknisk godkjenning av katalog	Beslutter	Informeres/konsulteres	Informeres
Innholdsmessig spørsmål til katalog	Beslutter	Informeres/konsulteres	Informeres

Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av Ehandelsplattformen Ehandel.no

2.3 Bruk av elektronisk produktkatalog

Leverandør forplikter seg til å levere produktkatalog i det til enhver tid gjeldende format som følger Ehandelsplattformens standard. Produktkatalogen skal oppdateres ved alle endringer og årlig etter avtalt dato.

Leverandør forplikter seg til å levere oppdatert produktkatalog første gang til kjøper, via katalogverktøyet tilhørende Ehandelsplattformen, innen den dato kontrakt som er beskrevet i punkt 2, eller annen dato avtalt mellom partene.

		Ja/nei (anmerkning)
A	Den elektroniske samhandlingen mellom partene skal baseres på elektronisk katalog og kjøper skal normalt bestille produkter fra Leverandør ved å velge produktene fra elektroniske kataloger (katalogordre). Krav til kvalitet og innhold i informasjon skal være i henhold til 2.4 og 2.5	Ja
B	Støttes bruk av elektronisk katalog gjennom Roundtrip/Punchout ¹ Krav til kvalitet og innhold i informasjon skal være i henhold til 2.4 og 2.5	Nei
C	Skal fritekstordre benyttes via Ehandelsplattformen?	Ja

¹ Grensesnittet som Leverandør leverer mot kjøper er tilpasset kjøper med riktige avtalebetingelser og sortiment.

2.4 Kvalitet i produktkatalog

Følgende krav stilles til kvalitet i den produktkatalogen som Leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper:

Det er helt avgjørende for innkjøpsopplevelsen at det bestrebes en høyest mulig kvalitet

Kravmatrise, se vedlegg 1 side 9

Vurderingsparameter		Krav til Scorecard poengsum (0-5)
A	Produktnavn	4
B	Produktbeskrivelse	4
C	Bilder	5
D	Kategorisering (UNSPSC)	5
E	Synonymer	4
F	Produktidentitet ¹	5
G	Vedlegg	5

¹ Med produktidentitet menes produsentens navn og artikkelnummer, i tillegg til leverandørens artikkelnummer.

2.5 Innhold i produktkatalog

Følgende minimumskrav stilles til innholdet i den produktkatalogen som Leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper. Det henvises til [katalogmal](#)

Produkt- katalog felter	Felt	Bruk (ja/n ei)	Anmerkning/utstrekning av bruk
	Leverandørens artikkelnummer	Ja	Må være gjennomgående fra bestilling til betaling.
	Produktnavn	Ja	Se forklaring side 9 og krav til scorecard (2.4)
	Produktbeskrivelse	Ja	Se forklaring side 9 og krav til scorecard (2.4)

Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av
 Ehandelsplattformen Ehandel.no

Enhet	Ja	Må være gjennomgående fra bestilling til betaling. Dersom produktet leveres i flere enheter (Minste enhet, FPAK, LPAK og TPAK) skal disse oppgis med aktuelle faktorer for hver av disse, i riktige kolonner
Ledetid	Ja	
UNSPSC klassifisering i henhold til versjon 7.04.01/13.1	Ja	
Minste bestillingskvantum	Ja	
Bestillingsintervall	Ja	
Pris	Ja	Kundens nettoppris i forhold til oppgitt enhet.
Valuta	Ja	
MVA sats	Ja	
Miljømerkenavn	Ja	Standardiserte verdier
Miljøtekst/link	Ja	Eksempel på link til beskrivelse av miljømerke. Klikk her
Synonymer	Ja	Gode og relevante synonymer for produktet
Produsent	Ja	Der dette er avgjørende for kjøpsbeslutning
Produsentens artikkelnummer	Ja	Der dette er avgjørende for kjøpsbeslutning
En enhet består av	Ja	Dersom kolonnen "Enhet" er annet enn STK, skal denne fylles ut. Se under Enhet over, dersom denne er korrekt utfylt kan denne være nei
Relaterte produkter – tilbehør	Nei	
Medfølgende produkter	Nei	
GTIN	Nei	
Risikoprodukt	Ja	
HMS blad	Ja	Obligatorisk dersom verdien under "Risiko-produkt" er ja.
Bilde (link eller filnavn)	Ja	
Link	Ja	Der det er tilgjengelig/Helse Vest anser det for nødvendig
Linknavn	Ja	Der det er tilgjengelig/Helse Vest anser det for nødvendig
Eformsreferanse	Ja	Ehandel.no
Standard/bransjespesifikt nummer	Nei	Skal angi hvilket nomenklatur som legges til grunn
Standard/bransjespesifikt navn	Nei	
Volumpris, pris	Nei	
Volumpris, minstekvantum	Nei	
Sortiment	Nei	
Kontraksnummer	Ja	Avtalenummer på produktlinjenivå
Andre kjøperspesifikke felt (spesifiser)		Se under
Andre kjøperspesifikke felt (spesifiser)		
Minste forpakkingsenhet (ME)	Ja	Eks. 1: fl Eks. 2: stk Eks. 3: rl Eks. 4: pk
Antall minste enhet (ME) (=SI-faktor)	Ja	Eks. 1: 2 Eks. 2: 1 Eks. 3: 12 Eks. 4: 500

**Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av
Ehandelsplattformen Ehandel.no**

	Pris Minste Enhet	Ja	
	Pris DDP HF	Nei	
	F-PAK	Ja	Eks. 1: eske Eks. 2: pk Eks. 3: eske Eks. 4: krt
	Enhetspris F-PAK	Ja	
	Antall ME pr F-PAK	Ja	Eks. 1: 10 Eks. 2: 5 Eks 3: 6 Eks 4: 5
	L-PAK	Ja	Eks. 1: krt Eks. 2: Eks. 3: Eks. 4: pall
	Enhetspris L-PAK	Ja	
	Antall F-PAK pr L-PAK	Ja	Eks. 1. 5 Eks. 2 Eks 3: Eks 4: 5
	T-PAK	Ja	Eks. 1. pall Eks. 2 Eks 3: Eks 4:
	Enhetspris T-PAK	Ja	
	Antall L-PAK pr T-PAK	Ja	Eks. 1. 12 Eks. 2 Eks 3: Eks 4:
	SI-enhet	Ja	Dette er verdier som sier noe om ltr, mtr eller vekt. Den kan også brukes for stk dersom det er aktuelt. F.eks papirark, fyrstikker o.l.
	Erstatter	Ja	Her fylles inn gammelt artikkelnummer dersom det har vært bytte

2.6 Meldingsutveksling relatert til katalog

Følgende katalogprosesser utføres via Ehandelsplattformen mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Ny produktkatalog	Kjøpers godkjenning/avvisning av produktkatalog ¹	Ja	10 virkedager	
	Tilbakemelding om at Katalog er tilgjengelig for sluttbruker ²	Ja		
Oppdatering produktkatalog	Kjøpers godkjenning/avvisning av produktkatalog ¹	Ja	10 virkedager	
	Leverandørs utbedring av mangler ved avvisning av katalog ¹	Ja	5 virkedager	

**Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av
Ehandelsplattformen Ehandel.no**

	Tilbakemelding om at Katalog er tilgjengelig for sluttbruker²	Ja	10 virkedager	
--	---	-----------	----------------------	--

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos Kjøper og Leverandør for kontroll/utbedring før den første respons og motrespons er gitt via katalogverktøy. For informasjon om katalogverktøy, ta kontakt med operatør av Ehandelsplattformen (CAPGEMINI/IBX).

² Overføring av Produktkatalog til sluttbruker vil si enten å laste opp en godkjent katalog i Ehandelsplattformens søkemotor eller filoverføring til kjøpers innkjøpssystem via Ehandelsplattformen. Viktig at Kjøper kvalitetssikrer opplastingsprosessen fra Ehandelsplattformens katalogverktøy til sitt innkjøpssystem ved å stille krav til systemoperatør så tid er harmonisert mot denne avtale.

Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av Ehandelsplattformen Ehandel.no

3 Bestilling

3.1 Løsning for kommunikasjon

All utveksling av elektroniske meldinger mellom partene skal gjøres i henhold til en av nedenstående prinsipløsninger:

		Ja/nei
A	Enveis kommunikasjon <u>fra</u> Kjøper til Leverandør Denne løsningen innebærer kun at leverandøren mottar ordre via Ehandelsplattformen. Leverandøren kan her motta ordre via e-post, BX Order Management og Integret løsnig	Nei
B	Toveis kommunikasjon, dvs. meldingsutveksling <u>mellom</u> Kjøper og Leverandør Denne løsningen krever at leverandør benytter "Order Management" (en webbasert løsning for ordrehåndtering på Ehandelsplattformen), eller integrerer sitt ordrehåndteringssystem med Ehandelsplattformen	Ja
C	Enkel toveis kommunikasjon, dvs. begrenset meldingsutveksling <u>mellom</u> Kjøper og Leverandør Dersom Kjøper har lagt til rette for det, kan løsningen "Mail Order Respons" benyttes. Da vil Leverandør ved å respondere på ordre mottatt som epost, kunne akseptere eller avvise ordren.	Nei

3.2 Funksjonalitet og informasjonsinnhold ved bestilling

Partene skal tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved bestilling:

Funksjonalitet i bestilling		Ja/nei (anmerkning)
A	Kjøper kan bestille produkter fra Leverandør ved å sende ordrelinjer med fritekstbeskrivelse av produktet (forespørsel/fritekstordre) ¹	Ja
B	Kjøper kan knytte vedlegg til hele bestillingen ²	Ja
C	Kjøper kan knytte vedlegg til den enkelte varelinje i bestillingen ²	Ja
D	Kjøper kan angi tekstkommentar til hele bestillingen ²	Ja
E	Kjøper kan angi tekstkommentar til den enkelte varelinje i bestillingen ²	Ja
F	Kjøper kan benytte eforms (smart forms) i tilknytning til bestillingene	Ja
G	Kjøper skal benytte GLN eller annen unik identifikator som adressereferanse i ordredokumentet for å angi oppdragsgiver/fakturaadresse, enhet som bestiller og leveringsadresse. ³	Ja
H	Annen funksjonalitet	

¹ Kjøper ønsker toveis kommunikasjon ved at funksjonalitet på Ehandelsplattformen skal benyttes

² Viktig at Leverandør tar hensyn til dette i sin mottaksprosess

³ Viktig for en helhetlig elektronisk prosess

3.3 Meldingsutveksling relatert til bestilling

Følgende prosesser utføres via Ehandelsplattformen mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Ordrebekreftelse	Ordrebekreftelse ² (aksept, aksept med endring eller avvisning av bestillingen)	Ja	1 virkedag	

Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av Ehandelsplattformen Ehandel.no

Kjøpers endring av ordre ³	Endringsordre	Ja	1 virkedag	
	Endringsbekreftelse ² (Leverandørs aksept eller avvisning av endringsordren)	Ja		
Kjøpers kansellering av ordre ³	Kansellering	Nei	1 virkedag	
	Kanselleringsbekreftelse ² (Leverandørs aksept eller avvisning av kanselleringen)	Ja		
Leverandørs kansellering av ordre	Kanselleingsbekreftelse ² (Leverandørs kansellering av en etablert ordre)	Ja	Ikke aktuelt	

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.

² Bruk av Leverandør initierte bekreftelser betinger at det er en toveis kommunikasjon mellom partene. I praksis kreves det at leverandør benytter Order Management eller integrert løsning.

³ Der hvor det foreligger avtale om Ordre Avslutnings Tidspunkt (OAT) kan ordren endres eller kanselleres frem til OAT. Dersom OAT ikke er avtalt kan en ordre ikke endres eller kanselleres. Der hvor det foreligger avtale om "umiddelbar levering" og leverandøren i sin ordrebekreftelse ikke har gitt en aksept med endring, vil kjøper ikke ha mulighet for endring eller kansellering. Der hvor leverandøren har gitt en aksept med endring i sin ordrebekreftelse, kan kjøper endre eller kansellere ordren frem til et nærmere avtalt tidspunkt.

3.4 Kjøpers håndtering av bekreftelse med endring

Et av følgende prinsipp er avtalt for kjøpers behandling av bekreftelser med status "Akseptert med endring":
Forutsetter at leverandør benytter Order Management eller integrert ved ordrebekreftelse

Prinsipp		Ja/Nei
A	Stilltiende aksept Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" er Leverandørens endringer å betrakte som akseptert av kjøper med mindre kjøper gir leverandør respons innen 1 virkedag etter mottak av bekreftelsen.	Ja
B	Kansellering og ny bestilling Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" skal kjøper alltid kansellere bestillingen og eventuelt starte bestillingsprosessen på nytt.	Nei
C	Endringsordre Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" skal kjøper alltid bekrefte aksept eller avvisning av endringen innen Skal ikke fylles ut etter mottak av bekreftelsen.	Nei

3.5 Bruk av bekreftelse med endring

Partene er enig om at Leverandør kan benytte bekreftelser med status "Akseptert med endring" (3.4 A og C)

Type endring	Ja/Nei
A Endret leveringsdato som gjelder for hele ordren	Ja
B Endret leveringsdato for en enkelt varelinje	Ja
C Reduksjon i kvantum som leveres	Ja
D Erstatningsprodukt (må avtales med kjøper)	Nei
E Endret pris (i de tilfeller man har en avtalefestet variabel pris eller pris er lavere enn avtalepris)	Nei
F Splitting av leveransen for en eller flere varelinjer over to eller flere leveringsdato (restordre)	Ja
G Andre endringer	Nei

**Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av
Ehandelsplattformen Ehandel.no**

4 Forsendelse og varemottak

4.1 Informasjonsinnhold

Partene skal tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved forsendelse og varemottak:

Funksjonalitet ved forsendelse og varemottak		Ja/nei (anmerkning)
A	Den elektroniske pakkseddelen må inneholde produsentens varenummer i tillegg til leverandørens varenummer.	
B	Leverandøren skal oversende kopi av det elektroniske fraktbrevet.	
C	Må vise til kjøpers bestillingsnummer på alle sendingsdokumentene.	
D		

4.2 Meldingsutveksling relatert til forsendelse og varemottak

Følgende prosesser skal støttes elektronisk:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (Ja/Nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Forsendelse	Pakkseddel	Ja	Før varemottak	Ønske
Varemottak	Mottaksbekreftelse	Ja	Ikke aktuelt	Ønske

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.

Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av Ehandelsplattformen Ehandel.no

5 Fakturering

5.1 Format for elektronisk faktura

Følgende format er avtalt bruk for utveksling av elektronisk faktura (og eventuell kreditnota).	Elektronisk handelsformat (EHF)
---	---

5.2 Transportkanal for elektronisk faktura

Følgende transportkanal er avtalt bruk for utveksling av elektronisk faktura (og eventuell kreditnota) ¹ .	Capgemini IBX
---	---------------

¹ Via Ehandelsplattformen eller andre kanaler (spesifiser)

5.3 Informasjonsinnhold i elektronisk faktura

Partene skal tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved fakturering:

Funksjonalitet i elektronisk faktura		Ja/nei (anmerkning)
A	Kontraksnummer på linjenivå	Nei
B	Bruke samme linjenummer, leverandørens varenummer og enhet.	Ja
C	Ref. 3.1.1. "Innholdskrav til en faktura" (http://www.anskaffelser.no/filearchive/implementeringsveileder-for-ehf-faktura-og-kreditnota-v1.4_1.pdf). Alle felt som er merket obligatorisk i en/alle av de ulike kolonnene 1,2,3 og 4, er obligatorisk.	Ja
D	Vårt ordrenummer (bestillingsnummer) er obligatorisk (hodenivå)	Ja
E	Leverandørens referanse (Vår ref.)	Ja
	Kundenummer (Kjøper ID)	Nei
	KID nr. (Betalingsreferanse)	Ja
	Leverandørens artikkelnr. (Selgers artikkelnr.)	Ja
	Konteringstreng på linjenivå	Nei
	Enhet (@UnitCode)	Ja
	Ordrelinje ref. på linjenivå	Ja

5.4 Meldingsutveksling relatert til fakturering

Følgende prosesser skal støttes av elektronisk meldingsutveksling mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Fakturering	Faktura	Ja	Ikke aktuelt	
	Kreditnota	Ja	Ikke aktuelt	

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.

Avtale om elektronisk samhandling ved bruk av Ehandelsplattformen Ehandel.no

Kvalitetsparameterene skal hjelpe Kjøper å sette krav til Leverandør for ønsket kvalitet i den elektroniske katalogen. Dette for å øke innkjøpsopplevelsen og søkbarhet i innkjøpssystemet for sluttbruker for derigjennom øke avtalelojalitet, anbefales høyest mulig poengskår. **Tallverdi fylles inn i 2.4**

Attributt	Verdi	Kriterier
Produkt- navn	0	Artikkelnummer, typebetegnelse eller lignende brukes som artikkelnavn. Ingen informasjon om produkttype.
	1	Nøkkelterminologi er forkortet. Viktig produktinformasjon savnes (for eksempel produsent/modell). Artikkelnavnet er ikke unikt.
	2	Se verdi 1. Artikkelnavnene er unike.
	3	Artikkelnavnet er unikt og beskrivende, men ikke rasjonalisert (se verdi 4). Ingen forkortede nøkkeltermer.
	4	Rasjonaliserte artikkelnavn ifølge anbefalt syntaks-> (Type av produkt - merke / modell - nøkkelattributt). Unike navn. Ingen forkortede nøkkeltermer.
	5	Se verdi 4. Konvensjonelle navn og termer brukes (brukervennlige, enkle å forstå for alle sluttbrukere).
Produkt- beskrivelse	0	Produktbeskrivelsene er kortere og mindre utførlige enn artikkelnavnet. Produktbeskrivelser savnes.
	1	Produktbeskrivelse = Artikkelnavnet
	2	Viktig informasjon savnes (for eksempel minnet til en PC)
	3	Produktenes formål og egenskaper er beskrevet. Nøkkeltermer er forkortet.
	4	Utførlige beskrivelser med all vital produktinformasjon. Ingen forkortede nøkkeltermer.
	5	Saklig informasjon som beskriver produktenes formål og egenskaper. Ingen unødig reklame eller irrelevant informasjon. (alle produkter har en produktbeskrivelse)
Bilder	0	Mindre enn 15 % av samtlige artikler har bildelenker
	1	Minst 15 % av samtlige artikler har bildelenker
	2	25 % av samtlige artikler har bildelenker
	3	50 % av samtlige artikler har bildelenker
	4	Rett formaterte (størrelse og vekt) og relevante bilder lenket til 80 % av samtlige artikler
	5	Rett formaterte (størrelse og vekt) og relevante bilder lenket til 99 % av samtlige artikler
Kategori- sering (UNSPSC)	0	Mindre enn 80 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	1	Minst 80 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	2	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	3	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt familie (nivå 3)
	4	90 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt klasse (nivå 4). Øvrige 5 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 3).
	5	95 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt varegruppe (nivå 4). Øvrige 5 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 3).
Synonymer	0	Ingen synonymer
	1	Synonymer identifiserer sortimentet / leverandøren snarere enn de enkelte produktene, for eksempel 'kontormateriell', 'møbler', 'vaskeutstyr' etc., som kan medføre irrelevante søketreff.
	2	Synonymer identifiserer 25 % av samtlige artikler
	3	Synonymer identifiserer 50 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
	4	Synonymer identifiserer 75 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
	5	Synonymer identifiserer 99 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
Produkt- identitet	0	Leverandørens artikkelnummer har dårlig format med lav søkbarhet (for eksempel begynner med '0000' eller er separerte med mellomrom).
	1	Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	2	Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog. Katalogen savner navn på produsent samt produsentens artikkelnummer.
	3	25 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	4	50 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	5	99 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
Vedlegg	0	Ingen bilag
	1	Link til leverandørens hjemmeside. Ingen produktspesifikke lenker, tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	2	25 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	3	50 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	4	75 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	5	99 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.

1 Samhandlingsavtalen og de samhandlende partene

Avtale om elektronisk samhandling (Samhandlingsavtale) er inngått mellom følgende parter:

Rolle	Kjøper		Leverandør
Virksomhetens navn	Helseforetakene i HSØ på eHandel	Helse Sør-Øst RHF v/Sykehuspartner Avtaleansvarlig	
Organisasjonsnummer	993467049 894166762 883971752 983971709 983975267 983971768 983975240 983975259 992281618 983971636	986112928	

Samhandlingsavtalen gjelder for gjennomføring av partenes elektroniske samhandling og har til hensikt å avstemme partenes gjensidige forventninger, og sikre en god fremdrift på implementeringen av ehandelsløsningen. Partene er innforstått med at avtalen setter krav til de tjenester og tekniske e-handelsløsninger de er forpliktet til å etablere, inklusive tjenester og tekniske ehandelsløsninger anskaffet fra tredjepart, herunder operatøren av Ehandelsplattformen på ehandel.no.

Hvis det er opprettet en forretningsavtale/kjøpsavtale/rammeavtale mellom partene vil Samhandlingsavtalen utgjøre et vedlegg til avtalen, og beskrive vilkårene og betingelsene som skal styre den elektroniske samhandlingen mellom partene. Er det ikke opprettet annen avtale vil Samhandlingsavtalen utgjøre en egen selvstendig avtale.

Referanse til den(de) forretningsavtale(r) som samhandlingsavtalen gjelder for	Alle gjeldende avtaler mellom partene (Regionale og lokale avtaler)
---	---

Samhandlingsavtalen gjelder frem til den blir skriftlig sagt opp av en av partene. Gjensidig oppsigelse er satt til 90 dager. Endringer til Samhandlingsavtalen skal være gjensidig avtalt og dokumentert i en revidert versjon av avtalen. Ønske om eventuelle endringer skal meddeles den annen part skriftlig med 2 måneders varsel med mindre annet er avtalt særskilt. Tilsvar skal gis innen 10 arbeidsdager. Denne samhandlingsavtale kan regulere forholdet mellom Kjøper og Leverandør alene, eller i kombinasjon med annen forretningsavtale/kjøpsavtale. Hvis det er motstrid mellom denne samhandlingsavtale og en forretningsavtale/kjøpsavtale, skal følgende tolkningsprinsipp(er) legges til grunn:

1 Det som er avtalt i denne samhandlingsavtalen skal gå foran generelle forretningsvilkår i forretningsavtale/kjøpsavtale/rammeavtale på den elektroniske samhandlingen

2 Ved manglende oppfølging eller mislighold av samhandlingsavtalen kan det være aktuelt med sanksjoner der det følger av forretningsavtale/kjøpsavtale/rammeavtale eller av alminnelige obligasjonsrettslige prinsipper.

Ved inngåelse av Samhandlingsavtalen har eller skal Kjøper opprette(t) et kontraktsforhold med operatøren av Ehandelsplattformen (Capgemini) og skal som hovedregel bruke operatøren av Ehandelsplattformen for elektronisk utveksling av forretningsdokumenter.

Partene skal tilrettelegge sine tekniske løsninger, rutiner og organisasjon slik at elektronisk samhandling i henhold til beskrivelsene i denne avtalens kan skje senest fra:

Oppstartsdato for elektronisk samhandling	Ved kontraktsoppstart av forretningsavtale/kjøpsavtale/rammeavtale
--	--

De tekniske løsninger, rutiner og organisasjon som er nødvendig for å understøtte den elektroniske samhandlingen som beskrevet i avtalen kan etableres i henhold til den milepelsplan som er angitt i avtalens punkt 2.

Partene har en aktiv opplysningsplikt om forhold som vedrører tilgjengelighet av de tjenester og tekniske ehandelsløsninger som partene etablerer etter denne avtalen og som påvirker partenes mulighet til å gjennomføre elektronisk samhandling.

Dersom en part forårsaker at det ikke er mulig å gjennomføre elektronisk samhandling i en periode på og dette ikke er avtalt på forhånd, betraktes avtalen som misligholdt og sanksjonsregime, hvis dette er avtalt i forretningsavtale/kjøpsavtale/rammeavtale, tre i kraft.

Henvendelser vedrørende denne samhandlingsavtalen skal rettes skriftlig til:

	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens adresse	Sykehuspartner Innkjøp & Logistikk Postboks 3562 3007 Drammen	
Hovedkontaktperson	Kjersti Halvorsen	
e-post adresse	norkat@sykehuspartner.no	

For øvrig henvises til kontaktpersoner angitt i den til forretningsavtalen mellom partene.

	Kjøper	Leverandør
Forpliktende underskrift		
Navn	Kjétil M. Istad Direktør innkjøp og logistikk Helse Sør-Øst RHF	
Dato for underskrift	7/5-12	

2 Etablering av tekniske løsninger, rutiner og organisasjon

2.1 Milepælsplan

Følgende milepæler er avtalt for å sikre en effektiv og synkronisert tilrettelegging av tekniske løsninger, rutiner og organisasjon, slik at elektronisk samhandling skal kunne skje fra avtalt oppstartsdato:

Milepæl	Avtalt ferdigdato
1 Produkter/tjenester som skal gjøres tilgjengelig i katalogen er avtalt	10 virkedager etter utløpt klagefrist
2 Kjøper og Leverandør har etablert et kontraktsforhold med operatøren av Ehandelsplattformen på Ehandel.no	10 virkedager etter utløpt klagefrist
3 Kjøper har etablert avstemt plan over tiltak som skal gjennomføres for å skape utbredelse av elektronisk handel i egen organisasjon. <i>Viktig at kjøper definerer sin innkjøpsorganisasjon samt kartlegger leveringsadresser. For å gjennomføre en fullstendig elektronisk prosess som både kjøper og leverandør kan ta del i er det viktig å registre unik identifikasjon i sitt innkjøpssystem for disse to områder. (eks. GLN eller annen unik identifikator).</i>	Avtales etter behov
4 Kjøper har sendt triggerdokument til operatør av Ehandelsplattformen for leverandøraktivering (forventet aktiveringstid av leverandør avstemmes med operatør).	5 virkedager etter utløpt klagefrist
5 Produktkatalog skal være lastet opp fra Leverandør i Ehandelsplattformens katalogverktøy.	12 virkedager etter utløpt klagefrist
6 Kjøpers evaluering av katalog i henhold til inngått avtale (hvis ikke avvik neste steg pkt. 7)	17 virkedager etter utløpt klagefrist
7 Kjøper og Leverandør har gjennomført gjennomgang av kvaliteten og innhold i Leverandørs produktkatalog via Ehandelplattformens katalogverktøy (hvis avvik fra avtalte krav).	22 virkedager etter utløpt klagefrist
8 Produktkatalog er godkjent og gjort tilgjengelig for Kjøpers organisasjon via Ehandelsplattformen	27 virkedager etter utløpt klagefrist
9 Begge parter tekniske løsninger er testet og godkjent (ved behov)	Før oppstart

Detaljerte prosjekt-/aktivitetsplaner kan eventuelt gis som vedlegg.

2.2 Rollefordeling under etablering

Nedenstående ansvarsmatrise angir den prinsipielle rollefordelingen mellom partene ved etablering av tekniske løsninger, rutiner og organisasjon.

Forhold	Kjøper	Operatør av Ehandelsplattformen	Leverandør
Awik fra Samhandlingsavtale	Beslutter	Informeres	Melder
Sortiment	Definerer/Beslutter	Informeres	Informeres/Melder
Utfylling av katalogmaler	Informeres	Konsulteres	Utfører
Tekniske spørsmål relatert til katalog	Informeres	Konsulteres	Informeres
Teknisk godkjenning av katalog	Beslutter	Informeres/konsulteres	Informeres
Innholdsmessig spørsmål til katalog	Beslutter	Informeres/konsulteres	Informeres

2.3 Bruk av elektronisk produktkatalog

Leverandør forplikter seg til å levere produktkatalog i det til enhver tid gjeldende format som følger Ehandelsplattformens standard. Produktkatalogen skal oppdateres etter avtale og/eller minst 2 ganger pr år.

Leverandør forplikter seg til å levere oppdatert produktkatalog til kjøper, via katalogverktøyet tilhørende Ehandelsplattformen, innen den dato som er beskrevet i punkt 2, eller annen dato avtalt mellom partene.

		Ja/nei (anmerkning)
A	Den elektroniske samhandlingen mellom partene skal baseres på elektronisk katalog og kjøper skal normalt bestille produkter fra Leverandør ved å velge produktene fra elektroniske kataloger (katalogordre). Krav til kvalitet og innhold i informasjon skal være i henhold til 2.4 og 2.5	Ja
B	Støttes bruk av elektronisk katalog gjennom Roundtrip/Punchout ¹ Krav til kvalitet og innhold i informasjon skal være i henhold til 2.4 og 2.5	Nei
C	Skal fritekstordre benyttes via Ehandelsplattformen?	Ja

¹ Grensesnittet som Leverandør leverer mot kjøper er tilpasset kjøper med riktige avtalebetingelser og sortiment.

2.4 Kvalitet i produktkatalog

Følgende krav stilles til kvalitet i den produktkatalogen som Leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper:

Det er helt avgjørende for innkjøpsopplevelsen at det bestrebes en høyest mulig kvalitet

Kravmatrise se vedlegg 1 side 9

Vurderingsparameter		Krav til Scorecard poengsum (0-5)
A	Produktnavn	5
B	Produktbeskrivelse	4
C	Bilder	5
D	Kategorisering (UNSPSC)	5
E	Nøkkelord	4
F	Produktidentitet ¹	5
G	Vedlegg	5

¹ Med produktidentitet menes produsentens navn og artikkelnummer, i tillegg til leverandørens artikkelnummer.

2.5 Innhold i produktkatalog

Følgende minimumskrav stilles til innholdet i den produktkatalogen som Leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper. Det henvises til siste katalogmal fra Capgemini; *IBX ProductPrice UNSPSC Catalog Template_2.50_NO_eHandel*.

Produktkatalog felter	Felt	Bruk (ja/nei)	Anmerkning/utstrekning av bruk
	Leverandørens artikkelnummer	Ja	Spesialtegn må ikke benyttes
Produktnavn	Ja	Bør ikke være lenger enn 70-80 tegn.	
Produktbeskrivelse	Ja		
Enhet	Ja		
Ledetid	Ja		
UNSPSC klassifisering i henhold til versjon 7.04.01/13.1	Ja		
Minste ordrestørrelse	Ja		
Bestillingsintervall	Ja		
Pris	Ja		
Valuta	Ja		
Enhetens listepri	Ja		
Nøkkelord	Ja		
Produsent	Ja		
Produsentens artikkelnummer	Ja		
En enhet består av	Ja		
Bilde (link eller filnavn)	Ja	Vil bli obligatorisk i 2013	
Link	Ja		
Linknavn	Ja		
Kontrakt	Ja		
Kontraksnummer	Ja	Nummer i samsvar med avtalen. Uten avtale merkes med 99999	
Varetype I	Ja		
Varetype II	Ja		
Minste forpakkingsenhet (ME)	Ja		
SI faktor	Ja		
Pris Minste volumenhet	Ja	Tidligere DDP FS	
Pris Minste Enhet	Ja	Tidligere DDP HF	
F_PAK	Ja	Forbrukerpakning	
Enhetspris F-PAK	Ja		
Antall ME pr F-PAK	Ja		
L-PAK	Ja	Lagerpakning	
Enhetspris L-PAK	Ja		
Antall F-PAK pr L-PAK	Ja		
T-PAK	Ja	Transportpakning (pall)	
Enhetspris T-PAK	Ja		
Antall L-PAK pr T-PAK	Ja		
Erstatter	Ja	Artikkelnummer på den artikkelen som blir erstattet	
MVA Sats	Ja		
Risiko	Ja		
HMS Datablad	Ja	Obligatorisk dersom verdien under "Risikoprodukt" er ja.	
GAR-nummer	Ja	Hvis artikkel er klassifisert i GAR	
GAR-navn	Ja	Hvis artikkel er klassifisert i GAR	
Miljømerke	Ja	Fylles ut hvis relevant for produktet	
Miljømerkebeskrivelse	Ja	Se http://www.anskaffelser.no/artikler/2010/03/dokumentasjon-av-miljo-og-samfunnsansvar	

Endringer:	Prisendringer, nye produkter og/eller fjerning av produkter er å betrakte som vesentlige endringer. Disse endringer trer ikke i kraft før ny katalog er godkjent og lastet opp hos kjøper.
------------	--

Forklaring til tabell over: De skraverte felt (grå) under kolonnen Bruk (Ja/Nei) viser hvilke felt som er obligatoriske. Det er kun kolonnene som ønskes brukt, som er tatt med i overikten over.

2.6 Meldingsutveksling relatert til katalog

Følgende katalogprosesser utføres via Ehandelsplattformen mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Ny produktkatalog	Kjøpers godkjenning/avvisning av produktkatalog ¹	Ja	10 virkedager	
	Tilbakemelding om at Katalog er tilgjengelig for sluttbruker ²	Ja	10 virkedager	
Oppdatering produktkatalog	Kjøpers godkjenning/avvisning av produktkatalog ¹	Ja	10 virkedager	
	Leverandørs utbedring av mangler ved avvisning av katalog ¹	Ja	5 virkedager	
	Tilbakemelding om at Katalog er tilgjengelig for sluttbruker ²	Ja	10 virkedager	

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos Kjøper og Leverandør for kontroll/utbedring før den første respons og motrespons er gitt via katalogverktøy. For informasjon om katalogverktøy ta kontakt med operatør av Ehandelsplattformen (IBX).

² Overføring av Produktkatalog til sluttbruker vil si enten å laste opp en godkjent katalog i Ehandelsplattformens søkemotor eller filoverføring til kjøpers innkjøpssystem via Ehandelsplattformen. Viktig at Kjøper kvalitetssikrer opplastingsprosessen fra Ehandelsplattformens katalogverktøy til sitt innkjøpssystem ved å stille krav til systemoperatør så tid er harmonisert mot denne avtale.

3 Bestilling

3.1 Løsning for kommunikasjon

All utveksling av elektroniske meldinger mellom partene skal gjøres i henhold til en av nedenstående prinsipløsninger:

	Ja/nei
A Enveis kommunikasjon <u>fra</u> Kjøper til Leverandør Denne løsningen innebærer kun at leverandøren mottar ordre via Ehandelsplattformen. Leverandøren kan her motta ordre via e-post, Order Management og Integret løsning	Nei
B Toveis kommunikasjon, dvs. meldingsutveksling <u>mellom</u> Kjøper og Leverandør Denne løsningen krever at leverandør benytter "Order Management" (en webbaseret løsning for ordrehåndtering på Ehandelsplattformen), eller integrerer sitt ordrehåndteringssystem med Ehandelsplattformen	Ja
C Enkel toveis kommunikasjon, dvs. begrenset meldingsutveksling <u>mellom</u> Kjøper og Leverandør Dersom Kjøper har lagt til rette for det, kan løsningen "Mail Order Respons" benyttes. Da vil Leverandør ved å respondere på ordre mottatt som epost, kunne akseptere eller avvise ordren.	Nei

3.2 Funksjonalitet og informasjonsinnhold ved bestilling

Partene skal tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved bestilling:

Funksjonalitet i bestilling		Ja/nei (anmerkning)
A	Kjøper kan bestille produkter fra Leverandør ved å sende ordrelinjer med fritekstbeskrivelse av produktet (forespørsel/fritekstordre) ¹	Ja
B	Kjøper kan knytte vedlegg til hele bestillingen ²	Ja
C	Kjøper kan knytte vedlegg til den enkelte varelinje i bestillingen ²	Ja
D	Kjøper kan angi tekstkommentar til hele bestillingen ²	Ja
E	Kjøper kan angi tekstkommentar til den enkelte varelinje i bestillingen ²	Ja
F	Kjøper kan benytte eforms (smart forms) i tilknytning til bestillingene	Nei
G	Kjøper skal benytte GLN eller annen unik identifikator som adressereferanse i ordredokumentet for å angi oppdragsgiver/fakturaadresse, enhet som bestiller og leveringsadresse. ³	Ja
H	Annen funksjonalitet	

¹ Kjøper ønsker toveis kommunikasjon ved at funksjonalitet på Ehandelsplattformen skal benyttes

² Viktig at Leverandør tar hensyn til dette i sin mottaksprosess

³ Viktig for en helhetlig elektronisk prosess

3.3 Meldingsutveksling relatert til bestilling

Følgende prosesser utføres via Ehandelsplattformen mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Ordrebekreftelse	Ordrebekreftelse ² (aksept, aksept med endring eller avvisning av bestillingen)	Ja	1 virkedag	
Kjøpers endring av ordre ³	Endringsordre	Ja	1 virkedag	
	Endringsbekreftelse ² (Leverandørs aksept eller avvisning av endringsordren)	Ja		
Kjøpers kansellering av ordre ³	Kansellering	Ja	1 virkedag	
	Kanselleringsbekreftelse ² (Leverandørs aksept eller avvisning av kanselleringen)	Ja		
Leverandørs kansellering av ordre	Kanselleingsbekreftelse ² (Leverandørs kansellering av en etablert ordre)	Ja	Ikke aktuelt	

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.

² Bruk av Leverandør initierte bekreftelser betinger at det er en toveis kommunikasjon mellom partene. I praksis kreves det at leverandør benytter Order Management eller integrert løsning.

³ Der hvor det foreligger avtale om Ordre Avslutnings Tidspunkt (OAT) kan ordren endres eller kanselleres fremtil OAT. Dersom OAT ikke er avtalt kan en ordre ikke endres eller kanselleres. Der hvor det foreligger avtale om "umiddelbar levering" og leverandøren i sin ordrebekreftelse ikke har gitt en aksept med endring, vil kjøper ikke ha mulighet for endring eller kansellering. Der hvor leverandøren har gitt en aksept med endring i sin ordrebekreftelse, kan kjøper endre eller kansellere ordren fremtil et nærmere avtalt tidspunkt.

3.4 Kjøpers håndtering av bekreftelse med endring

Et av følgende prinsipp er avtalt for kjøpers behandling av bekreftelser med status "Akseptert med endring":
Forutsetter at leverandør benytter Order Management eller integrert ved ordrebekreftelse

Prinsipp		Ja/Nei
A	Stilltiende aksept Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" er Leverandørens endringer å betrakte som akseptert av kjøper med mindre kjøper gir leverandør respons innen 1 virkedag etter mottak av bekreftelsen. Kjøper ønsker varling om hva som er endret.	Ja
B	Kansellering og ny bestilling Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" skal kjøper alltid kansellere bestillingen og eventuelt starte bestillingsprosessen på nytt.	Nei
C	Endringsordre Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" skal kjøper alltid bekrefte aksept eller avisning av endringen innen 1 virkedag etter mottak av bekreftelsen.	Ja

3.5 Bruk av bekreftelse med endring

Partene er enig om at Leverandør kan benytte bekreftelser med status "Akseptert med endring" (3.4 A og C)

Type endring	Ja/Nei
A Endret leveringsdato som gjelder for hele ordren	Ja
B Endret leveringsdato for en enkelt varelinje	Ja
C Reduksjon i kvantum som leveres	Ja
D Erstatningsprodukt	Ja
E Endret pris (i de tilfeller man har en avtalefestet variabel pris eller pris er lavere enn avtalepris)	Nei
F Splitting av leveransen for en eller flere varelinjer over to eller flere leveringsdato (restordre)	Ja
G Andre endringer	

4 Forsendelse og varemottak

4.1 Informasjonsinnhold

Partene skal tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved forsendelse og varemottak:

Funksjonalitet ved forsendelse og varemottak	Ja/nei (anmerkning)
A Den elektroniske pakkseddelen må inneholde produsentens varenummer i tillegg til leverandørens varenummer.	Nei
B Leverandøren skal oversende kopi av det elektroniske fraktbrevet.	Nei
C Må vise til kjøpers bestillingsnummer på alle sendingsdokumentene.	Ja
D	
E	

4.2 Meldingsutveksling relatert til forsendelse og varemottak

Følgende prosesser skal støttes elektronisk:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (Ja/Nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Forsendelse	Pakkseddel	Nei		
Varemottak	Mottaksbekreftelse	Nei		

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.

5 Fakturering

5.1 Format for elektronisk faktura

Følgende format er avtalt bruk for utveksling av elektronisk faktura (og eventuell kreditnota).	Elektronisk handelsformat (EHF)
---	---

5.2 Transportkanal for elektronisk faktura

Følgende transportkanal er avtalt bruk for utveksling av elektronisk faktura (og eventuell kreditnota) ¹ .	Ehandelsplattformen
---	---------------------

¹ Via Ehandelsplattformen eller andre kanaler (spesifiser)

5.3 Informasjonsinnhold i elektronisk faktura

Partene skal tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved fakturering:

Funksjonalitet i elektronisk faktura		Ja/nei (anmerkning)
A	Ihht IBX e-faktura funksjonalitet	Ja
B		
C		
D		
E		

5.4 Meldingsutveksling relatert til fakturering

Følgende prosesser skal støttes av elektronisk meldingsutveksling mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Fakturering	Faktura	Ja	Ikke aktuelt	Ved forespørsel
	Kreditnota	Ja	Ikke aktuelt	Ved forespørsel

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.

Kvalitetsparameterene skal hjelpe Kjøper å sette krav til Leverandør for ønsket kvalitet i den elektroniske katalogen. Dette for å øke innkjøpsopplevelsen og søkbarhet i innkjøpssystemet for sluttbruker for derigjennom øke avtalelojalitet, anbefales høyest mulig poengskår. **Tallverdi fylles inn i 2.4**

Attributt	Verdi	Kriterier
Produkt-navn	0	Artikkelnummer, typebetegnelse eller lignende brukes som artikkelnavn. Ingen informasjon om produkttype.
	1	Nøkkelterminologi er forkortet. Viktig produktinformasjon savnes (for eksempel produsent/modell). Artikkelnavnet er ikke unikt.
	2	Se verdi 1. Artikkelnavnene er unike.
	3	Artikkelnavnet er unikt og beskrivende, men ikke rasjonalisert (se verdi 4). Ingen forkortede nøkkeltermer.
	4	Rasjonaliserte artikkelnavn ifølge anbefalt syntaks-> (Type av produkt - merke / modell - nøkkelattributt). Unike navn. Ingen forkortede nøkkeltermer.
	5	Se verdi 4. Konvensjonelle navn og termer brukes (brukervennlige, enkle å forstå for alle sluttbrukere).
Produkt-beskrivelse	0	Produktbeskrivelsene er kortere og mindre utførlige enn artikkelnavnet. Produktbeskrivelser savnes.
	1	Produktbeskrivelse = Artikkelnavnet
	2	Viktig informasjon savnes (for eksempel minnet til en PC)
	3	Produktenes formål og egenskaper er beskrevet. Nøkkeltermer er forkortet.
	4	Utførlige beskrivelser med all vital produktinformasjon. Ingen forkortede nøkkeltermer.
	5	Saklig informasjon som beskriver produktene formål og egenskaper. Ingen unødig reklame eller irrelevant informasjon. (alle produkter har en produktbeskrivelse)
Bilder	0	Mindre enn 15 % av samtlige artikler har bildelenker
	1	Minst 15 % av samtlige artikler har bildelenker
	2	25 % av samtlige artikler har bildelenker
	3	50 % av samtlige artikler har bildelenker
	4	Rett formaterte (størrelse og vekt) og relevante bilder lenket til 80 % av samtlige artikler
	5	Rett formaterte (størrelse og vekt) og relevante bilder lenket til 99 % av samtlige artikler
Kategori-sering (UNSPSC)	0	Mindre enn 80 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	1	Minst 80 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	2	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	3	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt familie (nivå 3)
	4	90 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt klasse (nivå 4). Øvrige 10 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 3).
	5	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt varegruppe (nivå 4). Øvrige 1 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 3).
Synonymer	0	Ingen synonymer
	1	Synonymer identifiserer sortimentet / leverandøren snarere enn de enkelte produktene, for eksempel 'kontormateriell', 'møbler', 'vaskeutstyr' etc., som kan medføre irrelevante søketreff.
	2	Synonymer identifiserer 25 % av samtlige artikler
	3	Synonymer identifiserer 50 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
	4	Synonymer identifiserer 75 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
	5	Synonymer identifiserer 99 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
Produkt-identitet	0	Leverandørens artikkelnummer har dårlig format med lav søkbarhet (for eksempel begynner med '0000' eller er separerte med mellomrom).
	1	Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i w eb shop / trykt katalog.
	2	Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i w eb shop / trykt katalog. Katalogen savner navn på produsent samt produsentens artikkelnummer.
	3	25 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i w eb shop / trykt katalog.
	4	50 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i w eb shop / trykt katalog.
	5	99 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i w eb shop / trykt katalog.
Vedlegg	0	Ingen bilag
	1	Link til leverandørens hjemmeside. Ingen produktspesifikke lenker, tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	2	25 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	3	50 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	4	75 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	5	99 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.