

## 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:

19/3-2014

Signatur Helse Vest RFH



Lars Johan Frøyland  
Logistikk og innkjøpsjef

Signatur Leverandør X

\_\_\_\_\_  
Fornavn Etternavn

## Vedlegg: Kriteriekrav

Attributt	Verdi	Kriterier
<b>Produktnavn</b>	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).
<b>Produkt-beskrivelse</b>	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.
<b>Bilder</b>	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
<b>Kategorisering (UNSPSC)</b>	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).
<b>Synonymer</b>	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.

<b>Produktidentitet</b>	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.
<b>Vedlegg</b>	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)