

Prosjektnavn

Egenerklæring – krav til ehandel

Med dette bekreftes det at oppdragsgivers krav til E-handel slik det fremgår av dokumentene under vil være oppfylt fra oppstart avtale:

Vedlegg - E-handel Helse Sør-Øst

Firma:	
Organisasjonsnummer:	
Adresse:	
Postnr /-sted:	
Land:	

Sted, dato	Daglig leder (sign.)

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 avtafestet 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.