

1. Samhandlingsavtalen og de samhandlende partene

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

	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens navn		
Organisasjonsnummer		

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 e-handelsløsningen.

Dette dokumentet gjelder for følgende faser i anskaffelsesprosessen.

	Ja/Nei	Merknader
Produktkatalog (kjøper)		
Ordre (leverandør)		
Ordrebekreftelse (kjøper)		
EHF Pakkseddel (kjøper)		
Fakturering (kjøper)	Ja	

Partene er innforstått med at tekniske e-handelsløsninger og tjenester inngått med 3. part skal være i henhold til de krav som stilles i denne avtalen.

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. Samhandlingsavtalen inngått med en leverandør kan gjelde også for en eventuelt ny avtale med samme leverandør. En samhandlingsavtale vil dermed kunne gjelde for to eller flere separate avtaler med samme leverandør.

Referanse til den(de) forretningsavtale(r) som samhandlingsavtalen gjelder for	
--	--

Hvis det ikke finnes noe forretningsavtale er gjensidig oppsigelse av samhandlingsavtalen satt til **XX** 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 **XX** måneders varsel. Tilsvar skal gis innen 10 arbeidsdager.

Hvis det er motstrid mellom denne samhandlingsavtale og den/de refererte forretningsavtalen(e)/kjøpsavtalen(e), skal følgende tolkningsprinsipp legges til grunn:

- Det som er avtalt i denne samhandlingsavtalen skal gå foran generelle forretningsvilkår i kjøpsavtalen(e)/forretningsavtalen(e)

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

Partene skal tilrettelegge sine løsninger for oppstart av elektronisk samhandling. Oppstartdato for elektronisk samhandling iht. denne samhandlingsavtalen skal skje senest fra: **dd.mm. åååå**

Alle tidligere samhandlingsavtaler opphører fra samme dato.

Partene har en aktiv opplysningsplikt om forhold som vedrører tilgjengelighet av de tjenester og tekniske løsninger 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 **XX** og dette ikke er avtalt på forhånd, betraktes avtalen som misligholdt.

Henvendelser vedrørende denne samhandlingsavtalen skal rettes skriftlig til:

	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens adresse		
Hovedkontaktperson Tittel		
E-post adresse		

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

	Kjøper	Leverandør
Forpliktende underskrift		
Dato for underskrift		
Tittel		
Navn		

2. Meldingsutveksling

Med mindre annet er eksplisitt avtalt i punkt 2.1 og 2.2 skal all utveksling av elektroniske meldinger mellom partene gjøres i henhold til gjeldene EHF formater og formidles til mottaker over EHF transportinfrastruktur (PEPPOL).

Bruk av EHF transportinfrastruktur (EHF) forutsetter at partner er registrert i [ELMA](#) eller annen PEPPOL SMP, og at elektroniske meldinger leveres til den adresse som er angitt i PEPPOL SML.

2.1 Alternative meldingsutveksling eller format

Følgende alternative prosess(er) eller formater er avtalt brukt i stedet for eller i tillegg til meldingsutveksling via EHF infrastruktur eller EHF formatet.

Alternativ meldingsutveksling/format	Ja/Nei	Merknader

2.2 Informasjonsverdier i elektroniske meldinger

Avtalepartene er enig om at følgende verdier skal benyttes i de elektroniske meldinger som utveksles:

Spesifisering	Kommentar / Referanse / Eksempel
Identifikasjon av kunde ¹ .	Organisasjonsnummer
Identifikasjon av kundeadresse.	Maskinlesbart nummer / GLN
Identifikasjon av varer og tjenester.	
Ordre/bestillingsreferanse	
Rammeavtale.	
Formater på vedlegg.	

3. Elektronisk produktkatalog

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifikasjon ([Lenke til EHF Katalog veileder](#)) og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2.

Produktkatalogen skal oppdateres etter avtale og/eller minst ganger pr år.

Godkjenning av EHF Katalog

Det er viktig at kjøper og leverandør er koordinert på tidspunktet (fast dato eller prosessid) priser skal være tilgjengelig for bestiller. Dette for at ordre, vare og pris fra katalog, er den samme som leverandør har i sitt eget system så faktura kan sammenlignes med ordre hos oppdragsgiver.

Prosess	Mottatt avtaleansvarlig	Tilgjengelig bestiller
Ny katalog		
Oppdatering av katalog		

3.1 Krav til kvalitet i visse katalog felt

Følgende krav stilles til kvalitet i den produktkatalogen som leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper. Ved at felt i matrisen fylles ut er det implisitt at disse feltene fylles ut i katalog.

Vurderingsparameter		Krav til poengsum (0-5) ¹
A	Produktnavn	
B	Produktbeskrivelse	
C	Bilder	
D	Kategorisering (UNSPSC) ²	
E	Synonymer / nøkkelord	
F	Produktidentitet ³	
G	Vedlegg	

¹ Kravmatrise se avsnitt 7.

² Kategorisering av varer og tjenester i henhold til enhver tid gjeldende UNSPSC versjon. Det er viktig at leverandør knytter sine varer og tjenester mot riktig kode på det laveste nivå hvis mulig (nivå 4). For mer informasjon: <http://www.gs1.no/unspsc>

³ Med produktidentitet menes produsentens navn og artikkelnummer, i tillegg til leverandørens artikkelnummer.

3.2 Innhold Katalog

Felt navn er i henhold til [EHF Katalogformatet](#). Katalog veileder er hovedkilden for korrekt informasjon. Samhandlingsavtalen har til hensikt å hjelpe aktørene om å ha felles forståelse av de felter som skal benyttes i katalog. Denne tabellen må derfor ikke ansees som uttømmende.

Katalogfelt	Bruk (ja/nei)	Kommentar
Katalognummer/navn	Ja	
Katalog språk	Ja	
Aksjonskode	Ja	.
Datofelter	Ja	
Kontraksnummer	Ja	
Aktøridentifikasjon	Ja	.
Mailadresse katalogansvarlig leverandør	Ja	.
Identifikator	Ja	
Bestillbarindikator	Ja	.
Bestillingsenhet	Ja	.
Prisbeløp	Ja	
Valuta	Ja	.
Leverandørens artikkelnummer	Ja	
UNSPSC + kodeverdi	Ja	.
Produktnavn	Ja	
MVA sats	Ja	.
Produktbeskrivelse	Ja	
Nøkkelord	Ja	
Produsent navn og varenummer ¹	Ja	.
Opprinnelsesland (landkode)	Ja	.
Farlig gods/Risikoprodukter	Ja	
HMS datablad	Ja	.
Miljø, sosialt ansvarsmerker	Ja	.
Pakningsnivå	Ja	.
Pakningsenhet og kvantum	Ja	
Ledetid	Ja	
Farlig gods	Ja	.
Minste ordrestørrelse	Ja	
Bilde	Ja	.

4. Bestilling

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifikasjon ([Lenke til EHF Ordre veileder](#)) og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2.

Ordrebekreftelse skal være sendt av leverandør innen timer etter at bestilling er mottatt. Ved bruk av annet format eller transportkanal enn EHF og EHF infrastruktur meddeles ordrebekreftelsen på følgende måte:

4.1 Bruk av bekreftelse med endring

Partene er enig om at Leverandør kan benytte bekreftelser med status «Akseptert med endring» i følgende situasjoner:

Type endring	Ja	Nei
Endret leveringsdato som gjelder for hele ordren		
Endret leveringsdato for en enkelt varelinje		
Reduksjon i kvantum som leveres		
Erstatningsprodukt		
Endret pris (i de tilfeller man har en avtalefestet variabel pris eller pris er lavere enn avtalepris og med samme eller bedre kvalitet)		
Splitting av leveransen for en eller flere varelinjer over to eller flere leveringsdatoer (restordre)		
Andre endringer (må spesifiseres):		

4.2 Presisering av informasjonsinnhold ved bestilling

Hvis spesielle behov skal partene tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved bestilling:

Funksjonalitet i bestilling	Tilleggsinformasjon

4.3 Kjøpers håndtering av bekreftelse med endring

Et av følgende prinsipper er avtalt for kjøpers behandling av bekreftelser med status «Akseptert med endring»:

Prinsipp	Ja	Nei
Stiltiende 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 XX dager etter mottak av bekreftelsen.		
Kansellering og ny bestilling Dersom Leverandør bekrefter med status «Akseptert med endring» skal kjøper alltid kansellere bestillingen og eventuelt starte bestillingsprosessen på nytt.		
Endringsordre Dersom Leverandør bekrefter med status «Akseptert med endring» skal kjøper alltid bekrefte aksept eller avvisning av endringen innen XX dager etter mottak av bekreftelsen.		

5. Forsendelse og varemottak

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF Pakkseddel spesifisering ([Lenke til EHF Pakkseddel veileder](#)) og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2.

6. Fakturering

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF Faktura spesifisering ([Lenke til EHF Faktura veileder](#)) og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2. Se punkt 8 Nyttige lenker

Presisering av informasjon i faktura	Bruk (ja/nei)	Kommentar
Ordreferanse/Ordnummer	Ja	
Kjøpers referanse		Ved manglende ordreferanse/ordnummer

7. Kvalitetsparameterne for produktkatalog

Nedenstående kvalitetsparameterne 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 avsnitt for produktkatalog ref. kapittel 3.1.

Attributt	Verdi	Kriterier
A - Produktnavn	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).
B - 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)
C - 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
D - 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).
E - Synonymer	0	Ingen synonymer /nøkkelord
	1	Synonymer /nøkkelord identifiserer sortimentet / leverandøren snarere enn de enkelte produktene, for eksempel 'kontormateriell', 'møbler', 'vaskeutstyr' etc., som kan medføre irrelevante søketreff.
	2	Synonymer / nøkkelord identifiserer 25 % av samtlige artikler
	3	Synonymer /nøkkelord 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 / nøkkelord 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 / nøkkelord identifiserer 99 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
F - 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.
G - 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

8. Nyttige lenker

Format	Link
Generell informasjon oppdragsgiver	https://www.anskaffelser.no/elektronisk-handel/digitalisering-oppdragsgivere
Generell informasjon leverandør	https://www.anskaffelser.no/elektronisk-handel/digitalisering-leverandorer
EHF Katalog	https://www.anskaffelser.no/verktøykasse-systemleverandorer/formater-ehf-bis/ehf-katalog
EHF Ordre og ordrebekreftelse	https://www.anskaffelser.no/verktøykasse-systemleverandorer/formater-ehf-bis/ehf-ordre-og-ordrebekreftelse
EHF Pakkseddel	https://www.anskaffelser.no/verktøykasse-systemleverandorer/formater-ehf-bis/ehf-pakkseddel
EHF Faktura og kreditnota	https://www.anskaffelser.no/verktøykasse-systemleverandorer/formater-ehf-bis/ehf-faktura-og-kreditnota
EHF infrastruktur	https://www.anskaffelser.no/digitalisering/verktøykasse-systemleverandorer/ehf-infrastruktur-kontraktsoppfølging
PEPPOL	http://www.peppol.eu/peppol_elements/-transport-infrastructure
PEPPOL BIS formater	http://www.peppol.eu/ressource-library/technical-specifications/post-award/mandatory
Validator EHF formater	https://vefa.difi.no/validator/
Hvem kan motta EHF formatene	https://hotell.difi.no/?dataset=difi/elma/participants

Hva det innebærer for en leverandør å knytte seg til E-handelsplattformen og Forsvarets Forsyningsportal (FFP)

Bakgrunn

Som leverandør til Forsvaret settes det krav til den kjøpende virksomheten at en andel av innkjøpene skal skje over elektronisk handel. Dette gjelder også oppgjøret i form av elektronisk faktura.

Leverandøren må tilpasse seg og sine systemer slik at en elektronisk samhandel muliggjøres.

Det å knytte seg til E-handelsplattformen har positive effekter også for deg som leverandør. Det kan f.eks. lede til økt salg til lavere håndteringskostnader og raskere oppgjør fra kjøper.

Hva er E-handelsplattformen?

Plattformen inneholder tjenester for å tilrettelegge, knytte og drifte elektroniske forretningsprosesser mellom kjøpende og selgende virksomheter.

Formålet med E-handelsplattformen er å knytte offentlige kjøpere og deres leverandører sammen i en felles og fremtidsorientert infrastruktur, hvor deltakerne kan utveksle sine forretningsdokumenter elektronisk. Tjenestene skal bidra til bedre, enklere og sikrere innkjøp gjennom elektronisk kobling mellom offentlige kjøpere og deres leverandører.

Difi inngikk avtale med IBX som operatør av E-handelsplattformen. Capgemini har senere kjøpt IBX, og fortsatt benyttes navnet IBX på en del av de produkter og tjenester som nå Capgemini leverer.

E-handelsplattformen vs. FFP

Forsvaret bruker IBX som sin aktør ifm. ordresending og katalogformidling inn og ut av Forsvarets egen nettbutikk som vi kaller **FFP, Forsvarets Forsyningsportal**. Det er en nettbutikk som ligger på innsiden av Forsvarets sikre nettverk. Mer info om dette vil fremkomme i relevant dokumentasjon i videre prosess av anskaffelsen dere nå er med på.

Leverandøraktivering

Leverandøraktivering er et samlebegrep for de aktiviteter som må gjennomføres for å implementere en elektronisk støttet prosess fra bestilling til betaling mellom en kjøpende og en selgende virksomhet (leverandør). Disse aktivitetene utgjør det vi kaller leverandøraktiveringsprosessen.

Leverandøraktiveringsprosessen starter når kjøpende virksomhet har besluttet å aktivere en leverandør på E-handelsplattformen og slutter når kjøperen har plassert den første ordren på E-handelsplattformen. Vi sier det er en prosess fordi det er en serie med aktiviteter som må gjennomføres. Aktivitetene involverer alle partene; kjøper, leverandør og operatør av plattformen.



Hvor lang tid tar det å komme i gang

Tiden IBX trenger for å gjennomføre en leverandøraktivering er fra 3 til 6 uker avhengig om det er en helt ny leverandør på E-handelsplattformen eller en allerede eksisterende leverandør. Tiden måles fra Start aktivering (når leverandøren har signert avtalen med CPS Procurement Services) til Fullfør aktivering (når katalogen er klar for godkjenning) er gjennomført.

Implementering av katalog

I de tilfeller det velges en avropsmetode som forutsetter bruk av en katalog må den kjøpende virksomhet og leverandør som del av leverandøraktiveringen bli enige om en prosjektplan for implementering av katalog. I prosjektplanen definerer kjøpende virksomhet datoer for når leverandørene skal sende inn henholdsvis testkatalog og totalkatalog. Det er viktig at disse tidsfristene følges opp av partene, og at avvik fra plan eskaleres umiddelbart etter frister. Dette bidrar til en raskere gjennomføring av prosjektet.

Pris – hva koster dette deg som leverandør?

Det er ikke mulig å gi ett svar på hva det koster for en leverandør å knytte seg til E-handelsplattformen, da dette avhenger av en rekke faktorer som f.eks. ordrevolum, antall kataloglinjer, antall kjøpere, behov for tilleggstjenester fra operatøren m.m. Det kan også tilkomme indirekte kostnader til f.eks. utvikling og vedlikehold av varekatalog og samhandlingen med kjøper om dette. Omfanget av alt dette vil variere i hvert enkelt tilfelle. Det er en deling av kostnadene på E-handelsplattformen mellom kjøpere og leverandører som finansierer ca. 50/50 hver. De direkte kostnadene er i første rekke de som leverandøren betaler til operatøren for å være tilknyttet E-handelsplattformen. Disse kostnadene er nærmere beskrevet i avtalen mellom leverandøren og operatøren. Vedlegget kan leses i sin helhet her: http://www.anskaffelser.no/filearchive/vedlegg-5-vederlag-og-betingelser_2.pdf. Det anbefales at leverandørene leser dette dokumentet for å definere kostnaden for å knytte seg til E-handelsplattformen. En kort oversikt kan dere se under.

Liten

Årlig ordreverdi	Årlig avgift «Startpakke»	Transaksjonsavgift	Sum årlig kostnad
NOK 500.000	NOK 3.000	Null	NOK 3.000

Små/mellom

Årlig ordreverdi	Årlig avgift «Basispakke»	Transaksjonsavgift	Sum årlig kostnad
NOK 500.000	NOK 4.000	Null	NOK 4.000
NOK 1.200.000	NOK 4.000	NOK 3.500	NOK 7.500

Stor

Årlig ordreverdi	Årlig avgift «Bronse»	Transaksjonsavgift	Sum årlig kostnad
	Avhenger av antall kjøpere		
NOK 500.000	NOK 5.000 (Hvis bare 1 kjøper)	Null	NOK 5.000
NOK 2.000.000	NOK 17.000 (Hvis 5 kjøpere. For første kjøper betales det NOK 5.000. For hver kjøper utover dette betales det NOK 3.000 pr kjøper.)	Det betales 0,5 % utover de første NOK 500.000. Transaksjonsavgiften blir da: NOK 7500	NOK 24.500
NOK 40.000.000	Da ordreverdien er så stor betales det ikke for antall kjøpere.	NOK 200.000	NOK 200.000

Full integrering

Dersom det er ønskelig med en full integrasjon av de elektroniske prosessene mellom kjøpende virksomhet og leverandøren, må dette organiseres som et prosjekt som kan ta lenger tid. Det er viktig at leverandøren tar kontakt for integrering mot operatør av E-handelsplattformen (IBX).

<http://anskaffelser.no/e-handel/ehandelsplattform/aktorer-paa-ehandelsplattformen-2/operator-av-ehandelsplattformen>

Integrasjonsprosjektet vil være mellom disse to parter. Kjøper vil ikke ha noen rolle i gjennomføringen av dette.