
Standardkontrakt bilag 3A - Elektronisk samhandling (v.4.0)



BERGEN
KOMMUNE

Innhold

1 Elektronisk samhandling mellom partene	3
1.1 Milepælsplan	3
1.2 Informasjonsverdier i elektroniskemeldinger	4
2 Elektronisk produktkatalog.....	5
2.1 Krav til kvalitet i visse katalogfelt.....	5
2.2 Innhold i katalog	6
3 Bestilling	7
Predisering av informasjonsinnhold ved bestilling.....	7
4 Kvalitetsparametere for produktkatalog	7

1 Elektronisk samhandling mellom partene

Dokumentet gjelder for gjennomføring av partenes elektroniske samhandling og har til hensikt å presisere partenes gjensidige forpliktelser, samt sikre avtalt fremdrift på implementeringen.

Partene skal tilrettelegge sine løsninger for oppstart av elektronisk samhandling i tråd med milepælsplanen i avsnitt 1.1.

Endringer vedrørende samhandlingen skal meddeles den annen part skriftlig med minimum 30 dagers varsel. Tilsvaret skal gis innen 10 arbeidsdager.

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.

For kritiske kontrakter vil det bli etablert reserveløsninger dersom elektronisk samhandling mellom partene ikke er mulig i en avgrenset periode. Dette avtales som en del av oppstartsmøte.

1.1 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. Antall dager henviser til kalenderdager.

		Varighet	Leverandør uten avtale med Tradeshift	Leverandør med avtale med Tradeshift
1	Produkter / tjenester som skal gjøres tilgjengelig i katalog er avtalt	Etter avtale	Skal fremgå av avtalen	Skal fremgå av avtalen
2	Leverandør har etablert et kontraktsforhold med Tradeshift	Inntil 14 dager	Innen 14 dager etter kontraktsinngåelse	Kontraktsforhold eksisterer allerede
3	Kjøper har sendt triggerdokument til Tradeshift for leverandøraktivering	Inntil 14 dager	Innen 14 dager etter kontraktsinngåelse	Innen 4 dager etter kontraktinggåelse
4	Leverandør har godkjent triggerdokument	3 dager	Innen 17 dager etter kontraktsinngåelse	Innen 7 dager etter kontraktinggåelse
5	Tradeshift aktiverer leverandør (forventet aktiveringstid av leverandør avstemmes med operatør)	14 dager	Innen 31 dager etter kontraktsinngåelse	Innen 21 dager etter kontraktinggåelse
6	Produktkatalog, ihht kvalitetskrav, skal være lastet opp fra leverandør i	10 dager	Innen 41 dager etter kontraktsinngåelse	Innen 31 dager etter kontraktinggåelse

	Tradeshifts katalogverktøy			
7	Kjøper har evaluert katalog ihht inngått avtale (hvis ikke avvik er neste steg pkt. 9)	5 dager	Innen 46 dager etter kontraktsinngåelse	Innen 36 dager etter kontraktinngåelse
8	Kjøper og leverandør har gjennomført gjennomgang av kvalitet og innhold i Leverandørs produktkatalog (hvis avvik fra avtalte krav)	5 dager	Innen 51 dager etter kontraktsinngåelse	Innen 41 dager etter kontraktinngåelse
9	Produktkatalog er godkjent ihht krav i denne avtalen og gjort tilgjengelig for Kjøpers organisasjon	5 dager	Innen 56 dager etter kontraktsinngåelse	Innen 46 dager etter kontraktinngåelse

Endelig milepælsplan vil bli besluttet på første oppstartsmøte mellom partene. Møteform avtales i forhold til hva som er mest hensiktsmessig for partene.

1.2 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	Organisasjonsnummer: 964 338 531
Identifikasjon av kundeadresse	Maskinlesbart nummer / GLN
Ordre/bestillingsreferanse	11xxxxxxxxxx
Kontraktsnummer	IKxxxxxx
Identifikasjon av varer og tjenester	Artikkelnummer, produktnavn, enhet, pris, antall, bestillingsdato
Formater på vedlegg	PDF

2 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 til enhver tid være oppdatert.

2.1 Krav til kvalitet i visse katalogfelt

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 felter fylles ut i katalog.

Vurderingsparameter	Krav til poengsum (0-5) (1)
A) Produktnavn	5
B) Produktbeskrivelse	5
C) Bilder	5
D) Kategorisering (UNSPSC) (2)	5
E) Synonymer / nøkkelord	5
F) Produktidentitet (3)	4
G) Vedlegg/ lenker	5

(1) Kravmatrise se avsnitt 4.

(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 (nivå 4). For mer informasjon: <http://www.gs1.no/unspsc>

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

2.2 Innhold i katalog

Feltnavn er i henhold til EHF Katalogformatet. Katalogveileder er hovedkilden for korrekt informasjon. Avtalen 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	
Kontraktsnummer	Ja	
Aktøridentifikasjon	Ja	Organisasjonsnummer for utsteder og mottaker av katalog
Mailadresse katalogansvarlig leverandør	Nei	Dersom aktuelt. Noen systemer formidler status for godkjenningsprosess katalog via mailrespons
Identifikator	Nei	
Bestillbarindikator	Nei	Benyttes til å identifisere om man kan bestille enheten
Bestillingsenhet	Ja	Basert på UOM kodeliste (unit of measure)
Prisbeløp	Ja	
Valuta	Ja	
Leverandørens artikkelnummer	Ja	
UNSPSC + kodeverdi	Ja	Versjon 18, Se GS1
Produktnavn	Ja	
MVA-sats	Ja	Kode S=25%, H=15%, AA=8%, E=0% fritatt, Z=null rate 0%
Produktbeskrivelse	Ja	
Nøkkelord	Ja	
Produsentnavn og varenummer	Ja	Eksempler på standardiserte varenummer kan være GTIN fra GS1

Katalogfelt	Bruk (ja/nei)	Kommentar
Opprinnelsesland (landkode)	Ja	Kodeliste ISO 3166-1
Farlig gods/Risikoprodukter	Ja	Dersom aktuelt
HMS datablad	Ja	Dersom verdien under Risikoprodukt er ja
Miljø, sosialt ansvarsmerker	Ja	
Pakningsnivå	Ja	Hvis forskjellige priser for forskjellige pakningsstørrelser angis dette her. En pakning må ha et unikt varenummer selv om det er samme vare. Koder: DU= T-pak eller Pall, TU=D-Pak eller T-Pak, CU=F-Pak
Pakningsenhet og kvantum	Ja	
Ledetid	Ja	
Farlig gods	Ja	UNDG kode, farlig godsklasse, URI til HMS datablad
Minste ordrestørrelse	Ja	
Bilde	Ja	
E-formsreferanse	Ja	Kjøper kan benytte e-form i tilknytning til bestillingene
Tilbehørsprodukter	Ja	Tilhørende produkter skal knyttes sammen med hovedprodukt i katalog

3 Bestilling

Presisering av informasjonsinnhold ved bestilling

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

Avklares på oppstartsmøtet.

4 Kvalitetsparametere for produktkatalog

Nedenstående kvalitetsparametere skal hjelpe Kjøper med å sette krav til Leverandør for ønsket kvalitet i den elektroniske katalogen. Dette for å øke innkjøpsopplevelsen og søkbarhet i innkjøpssystemet for sluttbruker. Tallverdi fylles inn i avsnitt for produktkatalog ref. kapittel 2.1.

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 unødige 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 - 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 artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. 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. 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. 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.