

Bilag 3A

Kvalitetskrav til produktkatalog og bestillingsløsning



BERGEN
KOMMUNE

Innhold

Bilag 3A	1
Kvalitetskrav til produktkatalog og bestillingsløsning	1
1 Elektronisk samhandling mellom partene	2
1.1 Milepælsplan	2
1.2 Informasjonsverdier i elektroniske meldinger	2
2 Bestillingsløsning	2
2.1 Krav til kvalitet i visse katalogfelt	2
2.2 Innhold i katalog	3
3 Bestilling	4
3.1 Funksjonalitet og informasjonsinnhold ved bestilling	4
4 Kvalitetsparametere for produktkatalog	5

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.

Endringer vedrørende samhandlingen skal meddeles den annen part skriftlig med minimum 30 dagers varsel. Tilsvar 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

Milepælsplan og dato for tilgjengeliggjøring av bestillingsløsning vil bli besluttet på første oppstartsmøte mellom partene.

1.2 Informasjonsverdier i elektroniske meldinger

Følgende verdier skal benyttes i de elektroniske meldinger som utveksles:

Spesifisering	Referanse / Eksempel
Identifikasjon av kunde	Organisasjonsnummer: 964 338 531
Identifikasjon av kundeadresse	Maskinlesbart nummer / GLN
Ordre/bestillingsreferanse	11xxxxxxxxxxx
Kontraksnummer	IK
Identifikasjon av varer og tjenester	Artikkelnummer, produktnavn, enhet, pris, antall, bestillingsdato
Formater på vedlegg	PDF

2 Bestillingsløsning

Dersom Bergen kommune i Bilag 3 ikke har spesifisert ønsket bestillingsløsning, vil det ved kontraktinngåelse bli tatt stilling til valg mellom følgende 2 bestillingsløsninger, ut fra en vurdering av oppdragsgivers behov opp mot hvilke løsninger leverandør støtter:

1. EHF-katalog (bestilling fra katalog basert på Elektronisk handelsformat, som lastes opp i oppdragsgivers bestillingsportal).
2. EHF punch-out (bestilling fra leverandørs nettbutikk via oppdragsgivers bestillingssystem).

Formater og prosesser er definert og beskrevet her: [Elektronisk Handelsformat - EHF - Prosessoversikt | Anskaffelser.no](#)

Produktkatalogen i valgt bestillingsløsning skal oppdateres etter avtale og til enhver tid inneholde varer og tjenester i henhold til avtale. Produkter/produktgrupper utenfor avtalt sortiment skal hverken være synlig i katalogen eller tilgjengelig for bestilling.

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

(1) Kravmatrise se avsnitt 4.

(2) Kategorisering av varer og tjenester i henhold til enhver tid gjeldende UNSPSC (United Nations Standard Products and Services Code) 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.qs1.no/unspsc>

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

2.2 Innhold i katalog

Følgende minimumskrav stilles til innholdet i den produkt- og tjenestekatalogen som Leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper.

Felt	Bruk (ja/nei)	Anmerkning/utstrekning av bruk
Leverandørens artikkelnummer	Ja	
Produktnavn	Ja	
Produktbeskrivelse	Ja	
Enhet	Ja	
Ledetid	Ja	
UNSPSC klassifisering i henhold til versjon 18.0	Ja	
Minste ordrestørrelse	Ja	
Bestillingsintervall	Ja	
Pris	Ja	
Valuta	Ja	
MVA sats	Ja	
Miljømerkenavn / kode	Ja	(miljø,sosialt ansvar, økologisk, andre) InfoClassificationCode: Klikk her
Miljøtekst / link	Ja	Eksempel på link til beskrivelse av miljø, sosialt ansvar, økologisk, andre merke. Klikk her
Synonymer / nøkkelord	Ja	
Produsent	Nei	
Produsentens artikkelnummer	Nei	
En enhet består av	Ja	
Relaterte produkter – tilbehør	Ja	

Medfølgende produkter	Ja	
GTIN		
Risikoprodukt	Ja	
HMS blad	Ja	Obligatorisk dersom verdien under "Risiko- produkt" er ja.
Bilde (link eller filnavn)	Ja	
Link	Ja	
Linknavn	Ja	
Eformsreferanse	Ja	
Standard/bransjespesifikt nummer	Nei	Skal angi hvilket nomenklatur som legges til grunn
Standard/bransjespesifikt navn	Nei	
Volumpris, pris	Ja	
Volumpris, minstekvantum	Ja	
Sortiment	Ja	
Kontraktnummer	Ja	
Andre kjøperspesifikke felt (spesifiser)	Nei	
Andre kjøperspesifikke felt (spesifiser)	Nei	

3 Bestilling

Presisering av informasjonsinnhold ved bestilling.

Skal avklares nærmere på oppstartsmøtet.

3.1 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)	Nei
C	Kjøper kan knytte vedlegg til den enkelte varelinje i bestillingen (2)	Nei
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 (Global Location Number) 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

(2) Viktig at Leverandør tar hensyn til dette i sin mottaksprosess

(3) Viktig for en helhetlig elektronisk prosess

4 Kvalitetsparametere for produktkatalog

En viktig faktor for å øke innkjøpsopplevelsen og søkbarheten i bestillingssløsningen for sluttbruker er oppfyllelse av de nedenstående kvalitetsparametere.

Krav til kvalitetsnivå på de ulike informasjonsfelter er definert i avsnitt 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 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 - Produktidentitet	0	Leverandørens artikkelnummer har dårlig format med lav <u>søkbarehet</u> (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 materialdatatablader.
	2	25 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatatablader.
	3	50 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatatablader.
	4	75 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatatablader.
	5	99 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatatablader.