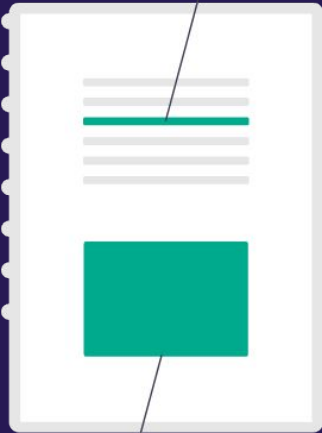


Hvordan besvare løsningsforslag og tildelingskriterier i anbudskonkurranser





Innhold

- 3 Hvor mye må du skrive, og hva skal du skrive i anbudsbesvarelsen?
- 4 Hvordan skrive et løsningsforslag
- 7 Slik svarer du på tildelingskriterier
- 12 Oppsummering

Hvor mye må du skrive, og hva skal du skrive i anbudsbesvarelsen?

Dette er spørsmål mange lurer på, og i denne artikkelen skal du få en innføring i hvordan du bør gå frem når du skal besvare to vanlige dokumentasjonskrav i mange anbudskonkurranser:

1. Hva skal du skrive i en løsningsbeskrivelse? Og hvordan bør du bygge opp teksten?
2. Hvordan skal du besvare tildelingskriteriene?

I denne artikkelen skal du få konkrete tips som kan løse deg forbi de verste sperrene og forhåpentligvis hjelpe deg å skrive et tilbud som vinner en anbudskonkurranse.



Hvordan skrive et løsningsforslag

I mange anbudskonkurranser blir man bedt om å skrive et løsningsforslag eller besvare hvordan man tenker seg å oppfylle en løsningsbeskrivelse.

Det kan være vrient, og mange blir litt satt ut av spørsmål som:

- Hvor mye man må skrive
- Hvor detaljert det må være
- Hva oppdragsgiveren legger vekt på

Å lage en mal du kan bruke er selvsagt helt umulig. Men noe mange ikke tenker så nøye gjennom er presentasjonsformen. Altså hvordan bør beskrivelsen bygges opp og presenteres?

Er det viktig at det ser lekkert ut? Vi tør påstå: nei. Det er budskapet som er viktig.

Er rettskrivning og kommafeil avgjørende?

Ikke så veldig, men dette kommer jo litt an på hvilken type oppdrag det dreier seg om og hvor mange feil du har. Hvis du ikke er spesielt stø i rettskrivning så bør du kanskje be noen om å se gjennom besvarelsen før du sender den.

Hvor mye må du skrive? Det er det helt umulig å gi noe konkret svar på. Men når du føler at du har svart på de stikkordene og forholdene oppdragsgiveren klart og tydelig har bedt om en beskrivelse av, så er det antagelig nok.

Det som ofte forekommer i mange besvarelser er beskrivelser i form av lange avhandlinger med en vegg av tekst. Da er det vanskelig for de som skal vurdere tilbudet ditt å skaffe seg et overblikk over beskrivelsene, og man kan gå glipp av viktige detaljer.

Oppdragsgiveren legger mest vekt på om tilbyderen har forstått oppdraget. Og det skinner fort igjennom hvis tilbyderen har konstruert rutiner og beskrivelser for nettopp denne besvarelsen. I et tilbud med tillitsvekkende innhold, fremstår beskrivelser og rutiner nærmest som kjerneverdier for virksomheten.

Men oversikt er viktig. Prøv å tenke på at det skal være enkelt å skimlese tilbudet ditt, slik at den som skal evaluere besvarelsen kan skaffe seg et raskt overblikk for å finne ut om du har svart på det du skal.

Her kommer en liste med ting du bør passe på når du skal besvare et tilbud i en anbudskonkurranse:

1. Bruk gode og beskrivende overskrifter

Overskrifter fungerer som små pauser og knagger for den som leser.

For å gjøre det enklere å skimlese beskrivelsene, bør du derfor lage konkrete beskrivende overskrifter mellom de forskjellige avsnittene. Noen få ord med fet skrift, slik at det er tydelig at «Her kommer et nytt avsnitt» kan ofte være nok. Overskriften bør helst oppsummere helt konkret hva selve avsnittet handler om.

2. Bruk korte avsnitt

En veldig vanlig feil mange gjør, er å skrive lange avsnitt med lite luft og opphold. En tettskrevet tekst er vanskelig å fordøye. Omtrent som vi har gjort i denne artikkelen, bør du heller lage mindre avsnitt med maks 3-4 setninger i hvert avsnitt.

3. Bruk et enkelt og lettlest språk

Tror du at du oppfattes som mer seriøs hvis du bruker et formelt og korrekt språk?

Vårt forslag er at du i stedet bør bruke et enkelt og lettfattelig språk, uten byråkratiske ord og vendinger. Det er mye enklere for leseren å få med seg hva du skriver når han/hun ikke trenger å oversette et tungt språk til noe mer lettfattelig.



4. Unngå fremmedord

Dette henger litt sammen med det forrige punktet. Unngå å bruke vanskelige fremmedord hvis det finnes andre brukbare ord som sier akkurat det samme. Unntaket er kanskje i tekniske beskrivelser hvor det ofte brukes en del bransjeuttrykk.

Unngå forkortelser uten å gi en forklaring. Mange slenger TBF*-er rundt seg og går ut fra at alle skjønner hva det er snakk om.

*En TBF er forkortelsen for Tre-bokstav-forkortelse...

5. Hold fokus på oppdragsbeskrivelsen og formålet med anskaffelsen

Dette punktet handler mer om selve innholdet i beskrivelsen. Når du skal lage en løsningsbeskrivelse, må du passe på å holde fokus på oppdragsgiverens behov. Hvordan vil du levere det som faktisk etterspørres?

Mange gjør den feilen at de fokuserer på hva de har gjort for andre kunder tidligere. Det er for så vidt greit, men du bør også sørge for å fortelle hvordan dine erfaringer kommer oppdragsgiveren til gode.

Hvordan oppfyller løsningsforslaget ditt formålet oppdragsgiveren har med oppdraget? Hva vil oppdragsgiveren oppnå ved å velge ditt firma til denne jobben? Eller for å snu litt på det: Hva vil oppdragsgiveren gå glipp av ved å velge en konkurrent

6. Bryt opp teksten med bilder og illustrasjoner, tabeller og kulepunkter

Akkurat som med overskriftene nevnt tidligere, så vil også bilder, illustrasjoner, figurer, grafer og tabeller bryte opp teksten. Det vil også fungere som små hvileskjær for leseren, og du kan få frem mye informasjon i en figur eller tabell som ellers vil kreve mye tekst for å forklare.

Det kan være vanskelig å finne gode illustrasjoner eller figurer, men forsøk å være litt kreativ.

7. Er det noe som er uklart i anbudsforespørselen?

Ikke gjettt på svaret- spør oppdragsgiveren.

Hvis det er noe i konkurransegrunnlaget eller oppdragsbeskrivelsen du føler deg usikker på, så vær raskt ute med å sende spørsmålet ditt til oppdragsgiveren. Husk at oppdragsgiveren er forpliktet til å besvare alle relevante spørsmål som kommer inn fra tilbyderne.

Hvis du begynner å gjette på hva de kanskje mener, gjetter du antagelig feil.

Slik svarer du på tildelingskriterier

Tildelingskriteriene brukes av oppdragsgiveren for å rangere tilbudene.

Tildelingskriteriene er altså de forholdene oppdragsgiveren har lov til å vektlegge når tilbudene skal evalueres og sammenlignes. Og derfor er det ekstra viktig at du svarer klart og tydelig på alle tildelingskriteriene oppdragsgiveren har oppgitt i anbudsdokumentene.

Glemmer du å svare på noe, får tilbudet ditt lavere score enn det kunne ha fått i anbudskonkurransen.



Slik skal du gå frem for å svare på tildelingskriterier:

➤ 1. Sett opp alle stikkordene i beskrivelsen av tildelingskriteriene

Vår oppskrift er slik: Lag ett kapittel per stikkord som er oppgitt i konkurransegrunnlaget for anbudskonkurransen. Ofte er det gitt en beskrivelse av hvilke forhold man legger vekt på i evalueringen.

Vi skal ta et eksempel:

Konkurranse var kunngjort av NAV og dreide seg om «Anskaffelse av arbeidsrettede tiltak». Tildelingskriteriet heter Kvalitet og dette er beskrivelsen som var oppgitt i konkurransegrunnlaget:

«Tildelingskriteriet Kvalitet vurderes på følgende forhold:
tjenestens innhold; herunder aktiviteter, temaer og arbeidsmetoder oppdragsforståelse; organisering og utvikling av tjenesten, organisering av tilbudt kompetanse, arbeidsretting i tilbudet og samhandling med aktuelle samarbeidspartnere
tjenestens individuelle tilpasning markedsarbeid; herunder hvordan markedsarbeidet skal benyttes for å bistå den enkelte deltaker ut i ordinært arbeid.»

I besvarelsen av et slikt kriterium må du sørge for å gi en beskrivelse av hvordan dere planlegger å oppfylle hvert enkelt stikkord som er nevnt. Plukk teksten fra hverandre komma for komma, og lag spesifikke kapitler til alle de temaene og stikkordene som er nevnt. Begynn med stikkordet «aktiviteter»: Hvilke aktiviteter er viktig for å oppnå formålet med oppdraget? Og hva er målet med de forskjellige aktivitetene? Hva skal vedkommende oppnå gjennom disse aktivitetene? Neste stikkord: "Temaer og arbeidsmetoder". Og så videre.

Og før du setter deg ned og skriver alt innholdet, bør du først lage en disposisjon med stikkord og overskrifter for alle aktuelle emner før du skriver selve tilbudsbeskrivelsen.

Eksemplet over er kanskje ikke relevant for deg og din virksomhet, men forsøk å bruke prinsippet om å dele opp besvarelsen i de stikkordene oppdragsgiveren har nevnt i beskrivelsen, og list opp noen aktuelle emner og temaer for de forskjellige stikkordene.

Husk: Du må ikke hoppe over noe, ellers går du glipp av viktige poeng i evalueringen.

➤ 2. Hold fokus på kunden, og hva kunden vil oppnå

På samme måte som for punkt 5, må du sørge for å ha kunden i fokus.

Det er veldig lett å skrive hva man har gjort for andre kunder tidligere, men pass også på å skrive noe om hva oppdragsgiveren vil oppnå ved å velge ditt tilbud.

➤ 3. Dokumentere med konkrete tall hvis mulig

Hvis du bestiller noe på nettet og det står 2-5 dagers leveringstid, så håper du at det ikke tar mer enn 2 dager før du har postmann på døra. Når det går 4 dager før du mottar dingsen din, så er du egentlig litt skuffet? Hadde leveringstiden var oppgitt til 5 dager, og du hadde fått dingsen etter 4 dager, så hadde du antagelig vært ganske fornøyd.

Samme prinsipp kan du bruke når du må oppgi konkrete målbare tall i tilbudet.

Vi kan bruke samme eksempel her:

Tildelingskriterium: Leveringstid
Feil svar: Normalt fra 5-10 dager
Riktig svar: 5 dager



Grunnen til at 5-10 dager er feil svar, er fordi i dette tilfellet må oppdragsgiveren vurdere tilbudet ut fra worst case, og det er 10 dager.

Hvis normal leveringstid er 10 dager, så er det dét som er riktig svar, du kan ikke snike deg til en bedre score med omtrentligheter.

Du må huske på at de garantiene du gir i tilbudet vil du bli målt på senere. Og ved brudd på garantien kan du få krav om prisavslag eller andre typer sanksjoner.

➤ 4. Dokumentere med statistikk hvis mulig

Dokumentasjon med statistikk skaper tillit og trygghet.

Vi tar et eksempel:

Tildelingskriterium: Oppgi gjennomsnittlig svartid ved
supporthevninger på telefon.

Feil svar: Flesteparten av henvendelsene blir besvart innen 20 sekunder.

Riktig svar: Gjennomsnittlig svartid i 2015 var 19,5 sekunder. 95 % av
alle henvendelser ble besvart innen 17 sekunder.

Ser du forskjellen? Kanskje det ikke handler om svartid i anbudet du skal svare på, men forsøk å se det i sammenheng med andre typer kriterier.

➤ 5. Dokumentere med faglige referanser eller anerkjente standarder

Kanskje er det en faglig metode eller standard i tilknytning til det du skal levere?

Hvis du skal beskrive metodikk eller fremgangsmåte, så får tilbudet ditt en større faglig tyngde hvis du kan henvise til standarder, forskningsresultater, anerkjent metodeverk eller liknende.

Har du eller firmaet noen sertifikater eller godkjenninger, så er det verdt å henvise til dette. Dette er med på å gi firmaet pondus og troverdighet.

➤ 6. Unngå å skrive «Vi tilpasser oss kundens behov»

Vi kjenner til en oppdragsgiver som endte i rettsak med en leverandør som skrev «Vi tilpasser oss oppdragsgivers ønsker og behov» i tilbudet.

Anbudet gjaldt levering av matvarer til sykehjem og andre brukersteder i kommunen. På grunn av denne beskrivelsen fikk leverandøren topp score på den delen av tilbudet som handlet om leveringsrutiner. Dette og noen andre forhold gjorde at de vant anbudskonkurransen.

Det har oppdragsgiveren angret bittert på. Rettsaken er et resultat av at leverandøren ikke hadde tatt hensyn til antall leveranser per uke i tilbudet sitt. I stedet for å spørre oppdragsgiveren hvor mange leveranser man regnet med å ha behov for per uke, tok de utgangspunktet i én leveranse per uke - men slang på en «Vi tilpasser oss»- setning for at de skulle virke fleksible og imøtekommende.

Men når oppdragsgiveren ønsket 2 leveringer per uke, hevdet leverandøren at: «Nei, dere trenger faktisk ikke mer enn én gang pr. uke. Dere må legge om rutinene deres, ellers må vi øke prisene.»

Slikt blir det advokatmat av.

➤ 7. Er det noe som er uklart?

Igjen: Hvis du er usikker på hvordan du skal tolke et tildelingskriterium, så send en melding og spør i stedet for å gjette.



Hvis du er usikker på hvordan du skal tolke et tildelingskriterium, så send en melding og spør i stedet for å gjette.

Oppsummering

Da har vi vært gjennom en liste på 14 punkter som du bør lære deg utenat. Det er sikkert mye annet som vi også kunne skrevet om, men ut fra våre erfaringer dekker denne listen mange av de vanligste feilene mange gjør når de skriver tilbud.

Kort oppsummert kan vi si det slik:

- Vær konkret for å forhindre muligheter for feiltolkning
- Sørg for å svare på ALT. Ikke hopp over noe fordi du tror det ikke har noen betydning.
- Tenk på hvordan du presenterer beskrivelsene. Husk korte avsnitt og klare overskrifter, og lettfattelig språk. Bruk gjerne grafikk, tabeller og kulepunkter for å gjøre teksten mindre monoton.
- Er du usikker på noe i beskrivelsene, så skal du spørre oppdragsgiveren.

Lykke til!

Hilsen Thorstein Olsen og resten av oss i Mercell

Thorstein Olsen har mange års erfaring med gjennomføring av innkjøpsprosesser for offentlige oppdragsgivere, og han vet godt hva som kjennetegner et vinnertilbud. Han jobber som rådgiver for offentlige anskaffelser og kursansvarlig i Mercell Norge AS. Du kan kontakte han på thol@mercell.com eller telefon 922 05 080





Hold deg oppdatert!

Meld deg på vårt nyhetsbrev i dag og motta faglige bloggartikler rett til din e-post.

➤ [Meld deg på nyhetsbrevet her](#)

Dette kan Mercell hjelpe deg med

- [Anbudsbloggen: Besøk den her](#)
- [Anbudsbistand: Styrker dine muligheter](#)
- [Anbudsvarsling: Motta aktuelle anbud på e-post med Mercell anbudsvarsling](#)
- [Markedsanalyse: Nå dine salgsbudsjetter ved å se muligheter i det offentlige markedet](#)

Ønsker du å bli tryggere i anbudskonkurranser?

Vi gir deg innsikten du trenger for å levere gode tilbud og vinne anbud.

[Les mer om våre kurs her](#)

Kontakt oss: post@mercell.com / 21 01 88 00

Mercell – markedsplassen for innkjøpere og leverandører

Mercell er en ledende digital plattform for offentlig anbudsverktøy og har nylig kommet inn på procurement-markedet. Vår unike markedsplass forenkler anbuds- og anskaffelsesprosessen og gjør det trygt og enkelt for innkjøpere å finne relevante leverandører for deres innkjøpsbehov. Mercell sørger også for at leverandører finner relevante forretningsmuligheter, samt verktøy for å motta og håndtere kjøp fra offentlige og private innkjøpere digitalt.

Mercell Norge AS

21 01 88 00 / post@mercell.com

Askekroken 11, 0277 Oslo

Besøk oss på mercell.no

