

➤ Kom i gang med anbud



Del 2  
Dette må du vite om  
tildelingskriterier i  
anbudskonkurranser



# Innhold

- 3 Hva er tildelingskriterier?
- 5 Hvordan gå frem for å vinne en anbudskonkurranse?
- 6 Balansen mellom pris og ytelse
- 7 5 sjekkpunkter for en god anbudsbesvarelse
- 8 Oppsummering

# Hva er tildelingskriterier?

I forrige artikkel fikk du vite hva du skulle sjekke i kunngjøringen og i konkurransegrunnlaget. Vi nevnte så vidt dette med tildelingskriterier. Og nettopp dette skal vi gå nøyere gjennom i denne artikkelen.

## Anbudsmysten: Laveste pris

Mange går rundt og tror at anbudskonkurranser bare handler om laveste pris. Mye av skylden for dette ligger hos blant annet media og politikere. Når avisene skriver om skandaler som «bestemor på anbud» er det alltid laveste pris som får spalteplass. Og politikere som er anbudsmotstandere sier «Ja, sånn går det når man går etter laveste pris!»

I noen tilfeller er det faktisk laveste pris som gjelder. Særlig innen bygge- og anleggsbransjen er laveste pris ganske utbredt. Men det er blitt mer og mer vanlig med andre kriterier enn pris også innen denne bransjen.

Når det ikke er laveste pris som teller, setter oppdragsgiveren opp andre kriterier i tillegg til pris. Det er disse kriteriene oppdragsgiveren skal bruke for å tildele kontrakten, altså tildelingskriterier.

## Da handler det om: Det beste forholdet mellom pris/kostnad og kvalitet

Tidligere ble dette omtalt som det økonomisk mest fordelaktige tilbudet, og mange mente at dette også måtte bety at tilbudet med den laveste prisen vinner. Lave priser må tross alt være økonomisk mest fordelaktig? Men det er feil. Faktum er at dette betyr at oppdragsgiveren i stedet er villig til å betale mer for en løsning med høyere ytelse eller høyere kvalitet.

Det nye begrepet det beste forholdet mellom pris/kostnad og kvalitet gir derfor en bedre beskrivelse av hva man faktisk er ute etter.

Det kan for eksempel være at en kommune har bestemt seg for å satse på miljøvennlige biler, og derfor vektlegger miljøegenskapene når de skal velge bil. Det betyr at kommunen gjerne betaler litt ekstra for å få miljøvennlige biler, i stedet for å velge de billigste bilene med dårligere miljøegenskaper.

Et annet eksempel kan være at oppdragsgiveren vil betale en høyere pris for varer med lengre garanti eller levetid.

Hvis man tenker seg at oppdragsgiveren skal kjøpe konsulenttjenester, kan konsulentens erfaring og kompetanse telle mer enn pris, ettersom en konsulent med den rette erfaringen kan levere en tjeneste med høyere nytteverdi for oppdragsgiveren.

Nøkkelen er altså *nytteverdi* og *livsløpskostnader* kontra prislappen på kjøpstidspunktet. Nytteverdi kan også knyttes til interne kostnader hos oppdragsgiver. Kort leveringstid kan ha en nytteverdi hvis de ansatte hos oppdragsgiveren må gå og sparke grus og vente på at ting blir levert.

### **Men hva er egentlig tildelingskriterier i en anbudskonkurranse?**

Som nevnt skal altså tildelingskriteriene identifisere det beste forholdet mellom pris/kostnad og kvalitet.

De kriteriene som ikke har med pris å gjøre, kan altså veie opp for en høyere pris. Vi omtaler disse kriteriene som ytelse her selv om det kan dreie seg om mange forskjellige ting. Eksempler på dette er miljøegenskaper, kompetanse, leveringstid, garanti, service og oppfølging, eller hva-som-helst.

### **Tenk på en gammeldags balansevekt hvor pris er på den ene siden og ytelse på den andre siden.**

Vi vil også nevne at oppdragsgiveren ikke har lov til å bruke kriterier som ikke har noe med selve kontrakten å gjøre, den såkalte kontraktsgjenstanden, men dette blir ikke beskrevet videre i dette skrevet.

Avhengig av hvor stor vekt de forskjellige kriteriene har, skal det mer eller mindre til for at et tilbud med høyere ytelse vinner dersom det også har en høyere pris.

- Du kan vinne med en høyere pris hvis ytelsen i tilbudet ditt er høyere enn i de andre tilbudene
- Har du lavere pris enn konkurrentene, kan du allikevel tape dersom ytelsen også er for lav i forhold til konkurrentene
- Har tilbudet ditt både høy ytelse og lav pris vil du garantert vinne, men oppdragsgiveren vil kanskje tenke at «Her er det noe som ikke stemmer».

## Balansen mellom pris og ytelse

**De som er virkelig profesjonelle i å skrive anbud, setter seg ned og leker med et regneark som simulerer resultatet ut fra forskjellige scenarier rundt pris og ytelse.**

I noen bransjer kjenner konkurrentene hverandre ganske godt, og vet derfor omtrent hva de kommer til å tilby. I så fall kan man sette seg ned og finne frem til den høyeste prisen man kan tilby og allikevel vinne.

Men dette er en veldig risikabel sport, for det er store sjanser for å bomme. Med mindre du kjenner konkurrentene din veldig godt, vil vi ikke anbefale denne fremgangsmåten, men du kan uansett leke deg litt med tall og vektning for å se hvordan utslagene vil påvirke utfallet av konkurransen. Mange bruker også dette for å vurdere om det er verdt å levere tilbud.

## 5 sjekkpunkter for en god anbudsbesvarelse

**Når du har besvart alle kriteriene og mener at du har et bra tilbud, så still deg selv disse 5 spørsmålene:**

1. Er alle kriterier besvart? Les gjennom konkurransegrunnlaget og tildelingskriteriene enda en gang til, og kryss av for de kriteriene du har svart på i tilbudet ditt. Du er ikke ferdig før alt er OK.
2. Gir besvarelsen din svar på det som faktisk etterspørres? Et eksempel: Noe mange ofte bommer på er miljø. Når oppdragsgiveren spør etter miljømerkede produkter, holder det antagelig ikke tilstrekkelig å svare at fabrikken som produserer produktene dine er miljøsertifisert. Dette sier faktisk ingenting om miljøegenskapene til selve produktet oppdragsgiveren skal kjøpe.
3. Er du kundefokusert? Vær nøye med å få frem hva oppdragsgiveren får ut av din løsning og ikke bare hva du kan tilby.
4. Er du overbevisende? Den beste måten å dokumentere kundens fordeler på er å presentere løsningens verdi i form av tall, prosent eller kroner.
5. Er det enkelt å evaluere? Du må være helt konkret og du må huske at oppdragsgiveren skal sette en poengsum på tilbudet ditt.



# Oppsummering

## I denne artikkelen har du lært:

- At anbud ikke bare handler om laveste pris. Du vet nå hva det beste forholdet mellom pris/kostnad og kvalitet betyr
- Hva tildelingskriterier er og hvordan du skal svare Hvordan et tilbud med en høyere pris enn konkurrenten kan vinne

Del 1 av «Kom i gang med anbud» tar for seg hva du skal se etter i kunngjøringen og konkurransegrunnlaget.

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](mailto: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](mailto: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](mailto:post@mercell.com)

Askekroken 11, 0277 Oslo

Besøk oss på [mercell.no](https://mercell.no)

