

Spørgeramme til markedsdialog om medieovervågning

Emne	Spørgsmål	Besvarelse
Generelt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hvilke ydelser mener I kan konkurrenceudsættes i en rammeaftale? 2. Hvilke ydelser mener I IKKE kan konkurrenceudsættes i en rammeaftale? 	
Adgang til kundens begrænsede medieovervågningsportal – begrænset til artikler, der tidligere er indgået i kundens medieovervågning	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kan I levere en medieovervågningsportal, dvs. et arkiv af artikler, der tidligere har indgået i kundens medieovervågning? 	
Adgang til fuld medieovervågningsportal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Har I et mediearkiv? I så fald, hvor mange artikler indeholder det og fra hvilke kildetyper? 2. Indeholder mediearkivet også TV og radio (video og lyd) som kildetyper? 	



ØKONOMISTYRELSEN

Faste månedlige analyser og enkeltstående analyser	<ol style="list-style-type: none">1. Kan I levere analyser af danske mediers omtale af kunden og sager, som vedrører kunden?2. Hvad kan I måle på i analyserne og hvad indeholder de?3. Hvilke medietyper kan analyserne tage udgangspunkt i?4. Hvordan kan Økonomistyrelsen bedst kravsificere analyserne?	
Overvågning af TV og radio (video og lyd)	<ol style="list-style-type: none">1. Hvordan kan I konkret overvåge omtale i TV og radio (video og lyd)?2. Og i hvilket omfang gør I det?3. Er det muligt og/eller fordyrende at inkludere overvågning af TV og radio i den daglige medieovervågning og/eller mediearkivet?	
Daglig, elektronisk medieovervågning (grundydelse)	<ol style="list-style-type: none">1. Kan der gives adgang til artiklerne i deres fulde længde? I så fald, hvilken betydning vil et sådant krav have for prisen?2. Er det bedre med et alternativ for adgang til artikler i fuld længde, end at betalingen herfor indregnes i medieovervågningen, fx ved at kunden kan tilkøbe adgang til fuld længde pr. kilde som option mod betaling?3. Kan I inkludere resuméer med væsentlige pointer og budskaber fra hver artikel i medieovervågningen?	



ØKONOMISTYRELSEN

	<ol style="list-style-type: none">4. Hvilke cost driver faktorer er der i medieovervågningen? Hvordan rangeres vigtigheden af disse ift. prisen og hvordan påvirker hinanden indbyrdes? Eksempler på formodede vigtige faktorer: antal modtagere af medieovervågningen, antal søgeprofiler, antal søgestrænge, antal kildetyper, antal medier inden for kildetype, antal hits pr. søgeprofil, daglig leveringsfrekvens/antallet af daglige medieovervågninger, hvor vidt det er en hverdag eller weekend/helligdag, tidspunkt for modtagelse af medieovervågning5. Er det muligt/omkostningstungt at give kunden administrationsadgang til at oprette og nedlægge modtagere af e-mails, dvs. ændre i modtagerlisten løbende?6. Kan I levere medieovervågningen således, at de største medier og væsentligste hits på søgeprofilerne vises først?7. Kan I frasortere opslag indfanget af kundens søgestrænge, men med et for kunden irrelevant indhold? Sker en sådan vurdering automatisk eller manuelt? Hvad betyder dette for prisen?8. Hvordan kan Økonomistyrelsen bedst kravsificere oprettelsesproceduren?	
Efterspørgsel	<ol style="list-style-type: none">1. Hvad oplever I, at statslige og offentlige kunder efterspørger hos jer?	



ØKONOMISTYRELSEN

	<ol style="list-style-type: none">2. Hvordan er jeres omsætning overordnet fordelt på de forskellige ydelseskategorier?	
Prissætning	<ol style="list-style-type: none">1. Har I nogle offentligt tilgængelige priser (udover priserne på abonnementer på medieovervågning)?2. Hvordan fastsætter I prisen på en ydelse, hvor der ikke er offentligt tilgængelige priser?3. Hvor ligger jeres store omkostninger?4. Er det i at få adgang til medierne/kilderne?5. Er det i arbejdstid på opsætning, mv.?6. Betaler I mere til kilderne (fx et dagblad) afhængigt af, hvor mange af jeres kunder, der klikker sig ind på en konkret artikel hos kilden gennem jer?7. Eller betaler I det samme uanset, hvor mange kunder der konkret åbner en given artikel hos kilden?	
Økonomiske krav til leverandør	<ol style="list-style-type: none">1. Som udgangspunkt stilles der økonomiske krav til tilbudsgivere på en kommende rammeaftale. Vil I kunne opfylde et krav om og dokumentere en soliditetsgrad på minimum 8 pct. og en årlig omsætning på minimum 5 mio. kr.?	
Markedsudviklingen siden 2017	<ol style="list-style-type: none">1. Hvordan har udviklingen været på markedet for medieovervågning i de seneste tre år, og hvilke forventninger har I til udviklingen i de næste tre år?	



ØKONOMISTYRELSEN

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Hvilke nye muligheder skal Økonomistyrrelsen være opmærksom på? 	
Konkurrenceparametre	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hvad består konkurrencen i på markedet? 2. Er det kun pris? Eller er det også udvalget af fx kilder, der tilbydes overvågning af? 3. Hvad bør Økonomistyrrelsen lægge vægt på ved valg af leverandør? 4. Hvad gør de bedste godt inden for medieovervågning? 5. Hvordan adskiller I jer fra konkurrenterne på markedet? 	
Editering (frasertering af dupletter, fx forsidehenvisning + artikel eller samme artikel to steder)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hvilke muligheder er der for editering, så fx dubletter kan undgås? Kan det kun gøres enten algoritmebaseret eller manuelt, at det kan gøres? 2. Hvilken betydning vil et krav om editering have for prisen på medieovervågning? 	

**ØKONOMISTYRELSEN**

Kildeantal og -
typer

1. Hvor mange og hvilke kildetyper overvåger I?
2. Er medierne, I har adgang til at overvåge både landsdækkende, regionale og lokale?
3. Hvor mange medier inden for hver kildetype overvåger I?
4. Hvordan kan Økonomistyrelsen bedst fastsætte krav til kildetyper og medieantal inden for hver kildetype?
5. Hvordan fremkommer prisen for kildeadgang?
6. Hvordan fremkommer prisen for medieadgang?
7. Hvordan reguleres adgangen til medier? Tegner kunden fx normalvis abonnement på kildeadgang gennem medieovervågningsleverandøren?
8. Er det en god idé, at den enkelte kunde selv kan vælge hvilke kilder, der ønskes adgang til mod betaling?
9. Hvilket mindste- og højesteantal medier inden for hver kildetype mener I er passende, for at opnå en højt dækkende medieovervågning?
10. Hvilke medier og kildetyper har I ikke aftaler med? Hvorfor?
11. Hvordan mener I at det skal håndteres, at der er nogle medier som ikke sælger licenser til mediehuse og som I derfor ikke kan inkludere i medieovervågningen?



ØKONOMISTYRELSEN

Udbudsdesign
og kontraktvilkår

1. Hvilke kontraktvilkår bør Økonomistyrrelsen undgå?
2. Hvad gør et udbud af medieovervågning vellykket set med jeres øjne?
3. Kan I nævne dårlige erfaringer fra udbud, som Økonomistyrrelsen bør være opmærksom på?