

1 Samhandlingsavtalen og de samhandlende partene

Avtale om elektronisk samhandling (Samhandlingsavtale) er inngått mellom følgende parter:

Rolle	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens navn	Troms fylkeskommune	xxx
Organisasjonsnummer	864 870 732	xxx

Samhandlingsavtalen gjelder for gjennomføring av partenes elektroniske samhandling og har til hensikt å avstemme partenes gjensidige forventninger, og sikre en god fremdrift på implementeringen av e-handelsløsningen. Partene er innforstått med at avtalen setter krav til de tjenester og tekniske e-handelsløsninger de er forpliktet til å etablere, inklusive tjenester og tekniske e-handelsløsninger anskaffet fra tredjepart, herunder operatøren av Ehandelsplattformen på Ehandel.no.

Hvis det er opprettet en forretningsavtale eller kjøpsavtale mellom partene vil Samhandlingsavtalen utgjøre et vedlegg til den merkantile avtalen, og beskrive vilkårene og betingelsene som skal styre den elektroniske samhandlingen mellom partene. Er det ikke opprettet annen avtale vil Samhandlingsavtalen utgjøre en egen selvstendig avtale.

Referanse til den(de) forretningsavtale(r) som samhandlingsavtalen gjelder for	Henvising til rammeavtale (saksnummer eller lignende) 12/0634
---------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

Samhandlingsavtalen har samme gyldighet som forretningsavtalen mellom partene, med mindre den blir skriftlig sagt opp av en av partene. Gjensidig oppsigelse er satt til dager. Endringer til Samhandlingsavtalen skal være gjensidig avtalt og dokumentert i en revidert versjon av avtalen. Ønske om eventuelle endringer skal meddeles den annen part skriftlig med måneders varsel med mindre annet er avtalt særskilt. Tilsvaret skal gis innen 10 arbeidsdager. Denne samhandlingsavtale kan regulere forholdet mellom kjøper og Leverandør alene, eller i kombinasjon med annen forretningsavtale/kjøpsavtale. Hvis det er motstrid mellom denne samhandlingsavtale og en forretningsavtale/kjøpsavtale, skal følgende tolkningsprinsipp(er) legges til grunn:

1 Det som er avtalt i denne samhandlingsavtalen skal gå foran generelle forretningsvilkår i kjøpsavtale/forretningsavtale på den elektroniske samhandlingen

2 Ved manglende oppfølging eller mislighold av samhandlingsavtalen kan det være aktuelt med sanksjoner der det følger av forretningsavtalen/kjøpsavtalen eller av alminnelige obligasjonsrettslige prinsipper.

Ved inngåelse av Samhandlingsavtalen har eller skal Kjøper opprette(t) et kontraktsforhold med operatøren av Ehandelsplattformen (Capgemini) og skal som hovedregel bruke operatøren av Ehandelsplattformen for elektronisk utveksling av forretningsdokumenter.

Partene skal tilrettelegge sine tekniske løsninger, rutiner og organisasjon slik at elektronisk samhandling i henhold til beskrivelsene i denne avtalens kan skje senest fra:

Oppstartsdato for elektronisk samhandling	xxx
--------------------------------------------------	-----

De tekniske løsninger, rutiner og organisasjon som er nødvendig for å understøtte den elektroniske samhandlingen som beskrevet i avtalens kan etableres i henhold til den milepelsplan som er angitt i avtalens punkt 2.

Partene har en aktiv opplysningsplikt om forhold som vedrører tilgjengelighet av de tjenester og tekniske e-handelsløsninger som partene etablerer etter denne avtalen og som påvirker partenes mulighet til å gjennomføre elektronisk samhandling.

Dersom en part forårsaker at det ikke er mulig å gjennomføre elektronisk samhandling i en periode på

og dette ikke er avtalt på forhånd, betraktes avtalen som misligholdt og sanksjonsregime, hvis dette er avtalt i forretningsavtalen/kjøpsavtalen, tre i kraft.

Henvendelser vedrørende denne samhandlingsavtalen skal rettes skriftlig til:

	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens adresse	Postboks 6600, 9296 Tromsø	Xxx
Hovedkontaktperson	Ronny Theodorsen	Xxx
E-postadresse	ehandel@tromsfylke.no	Xxx
Telefon	77 78 82 30	Xxx

For øvrig henvises til kontaktpersoner angitt i den til forretningsavtalen mellom partene.

	Kjøper	Leverandør
Forpliktende underskrift		
Dato for underskrift		

2 Etablering av tekniske løsninger, rutiner og organisasjon

2.1 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:

Milepæl	Avtalt ferdigdato
1 Produkter/tjenester som skal gjøres tilgjengelig i katalogen er avtalt	28-05-2012
2 Selger og Leverandør har etablert et kontraktsforhold med operatøren av Ehandelsplattformen på Ehandel.no	11-06-2012
3 Kjøper har etablert avstemt plan over tiltak som skal gjennomføres for å skape utbredelse av elektronisk handel i egen organisasjon. <i>Viktig at kjøper definerer sin innkjøpsorganisasjon samt kartlegger leveringsadresser. For å gjennomføre en fullstendig elektronisk prosess som både kjøper og leverandør kan ta del i er det viktig å registre unik identifikasjon i sitt innkjøpssystem for disse to områder. (eks. GLN eller annen unik identifikator).</i>	28-05-2012
4 Kjøper har sendt triggerdokument til operatør av Ehandelsplattformen for leverandøraktivering (forventet aktiveringstid av leverandør avstemmes med operatør).	28-05-2012
5 Produktkatalog skal være lastet opp fra Leverandør i Ehandelsplattformens katalogverktøy.	23.06.2012
6 Kjøpers evaluering av katalog i henhold til inngått avtale (hvis ikke avvik neste steg pkt. 7)	28-06-2012
7 Kjøper og Leverandør har gjennomført gjennomgang av kvaliteten og innhold i Leverandørs produktkatalog via Ehandelplattformens katalogverktøy (hvis avvik fra avtalte krav).	Avtales ved behov
8 Produktkatalog er godkjent og gjort tilgjengelig for Kjøpers organisasjon via Ehandelsplattformen	08-07-2012
9 Begge parters tekniske løsninger er testet og godkjent (ved behov)	13-07-2012

Detaljerte prosjekt-/aktivitetsplaner kan eventuelt gis som vedlegg.

2.2 Rollefordeling under etablering

Nedenstående ansvarsmatrise angir den prinsipielle rollefordelingen mellom partene ved etablering av tekniske løsninger, rutiner og organisasjon.

Forhold	Kjøper	Operatør av Ehandelsplattformen	Leverandør
Avvik fra Samhandlingsavtale	Beslutter	Informeres	Melder
Sortiment	Definerer/Beslutter	Informeres	Informeres
Utfylling av katalogmaler	Informeres	Konsulteres	Utfører
Tekniske spørsmål relatert til katalog	Informeres	Konsulteres	Informeres
Teknisk godkjenning av katalog	Beslutter	Informeres/konsulteres	Informeres
Innholdsmessig spørsmål til katalog	Beslutter	Informeres/konsulteres	Informeres

2.3 Bruk av elektronisk produktkatalog

Leverandør forplikter seg til å levere produktkatalog i det til enhver tid gjeldende format som følger Ehandelsplattformens standard. Produktkatalogen skal oppdateres etter avtale og/eller minst _____ ganger per år.

Leverandør forplikter seg til å levere oppdatert produktkatalog til kjøper, via katalogverktøyet tilhørende Ehandelsplattformen, innen den dato kontrakt som er beskrevet i punkt 2, eller annen dato avtalt mellom partene.

		Ja/nei (anmerkning)
A	Den elektroniske samhandlingen mellom partene skal baseres på elektronisk katalog og kjøper skal normalt bestille produkter fra Leverandør ved å velge produktene fra elektroniske kataloger (katalogordre). Krav til kvalitet og innhold i informasjon skal være i henhold til 2.4 og 2.5	Ja
B	Støttes bruk av elektronisk katalog gjennom Roundtrip/Punchout Krav til kvalitet og innhold i informasjon skal være i henhold til 2.4 og 2.5	Nei
C	Skal fritekstordre benyttes via Ehandelsplattformen?	Ja

† Grensesnittet som Leverandør leverer mot kjøper er tilpasset kjøper med riktige avtalebetingelser og sortiment.

2.4 Kvalitet i produktkatalog

Følgende krav stilles til kvalitet i den produktkatalogen som Leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper:

Det er helt avgjørende for innkjøpsopplevelsen at det bestrebes en høyest mulig kvalitet

Kravmatrise se vedlegg 1 side 9

Vurderingsparameter	Krav til Scorecard poengsum (0-5)
A Produktnavn	4
B Produktbeskrivelse	4
C Bilder	4
D Kategorisering (UNSPSC)	3
E Synonymer	3
F Produktidentitet †	3
G Vedlegg	3

Med produktidentitet menes produsentens navn og artikkelnummer, i tillegg til leverandørens artikkelnummer.

2.5 Innhold i produktkatalog

Følgende minimumskrav stilles til innholdet i den produktkatalogen som Leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper. Det henvises til [katalogmal](#)

Produktkatalog felter	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 7.04.01/13.1	Ja		
Minste bestillingskvantum	Ja		
Bestillingsintervall	Ja		
Pris	Ja		
Valuta	Ja		
MVA sats	Ja		
Miljømerkenavn			
Miljøtekst/link		Eksempel på link til beskrivelse av miljømerke. Klikk her	
Synonymer	Ja		
Produsent	Ja		
Produsentens artikkelnummer	Ja		
En enhet består av	Ja		
Relaterte produkter – tilbehør	Ja		
Medfølgende produkter	Ja		
GTIN	Nei		
Risikoprodukt	Ja		
HMS blad	Ja	Obligatorisk dersom verdien under "Risiko-produkt" er ja.	
Bilde (link eller filnavn)	Ja		
Link	Ja	(spesifiser hvis viktig)	
Linknavn	Ja	(spesifiser hvis viktig)	
Eformsreferanse	Ja	Der dette er avtalt	
Standard/bransjespesifikt nummer		Skal angi hvilket nomenklatur som legges til grunn	
Standard/bransjespesifikt navn			
Volumpris, pris	Ja		
Volumpris, minstekvantum	Ja		
Sortiment			
Kontraksnummer			
Andre kjøperspesifikke felt (spesifiser)			
Andre kjøperspesifikke felt (spesifiser)			

2.6 Meldingsutveksling relatert til katalog

Følgende katalogprosesser utføres via Ehandelsplattformen mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Ny produktkatalog	Kjøpers godkjenning/avvisning av produktkatalog ¹	Ja	10 dager	
	Tilbakemelding om at Katalog er tilgjengelig for sluttbruker ²	Ja		
Oppdatering produktkatalog	Kjøpers godkjenning/avvisning av produktkatalog ¹	Ja	5 dager	
	Leverandørs utbedring av mangler ved avvisning av katalog ¹	Ja	5 dager	
	Tilbakemelding om at Katalog er tilgjengelig for sluttbruker ²	Ja	5 dager	

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos Kjøper og Leverandør for kontroll/utbedring før den første respons og motrespons er gitt via katalogverktøy. For informasjon om katalogverktøy ta kontakt med operatør av Ehandelsplattformen (IBX).

² Overføring av Produktkatalog til sluttbruker vil si enten å laste opp en godkjent katalog i Ehandelsplattformens søkemotor eller filoverføring til kjøpers innkjøpssystem via Ehandelsplattformen. Viktig at Kjøper kvalitetssikrer opplastingsprosessen fra Ehandelsplattformens katalogverktøy til sitt innkjøpssystem ved å stille krav til systemoperatør så tid er harmonisert mot denne avtale.

3 Bestilling

3.1 Løsning for kommunikasjon

All utveksling av elektroniske meldinger mellom partene skal gjøres i henhold til en av nedenstående prinsipløsninger:

		Ja/nei
A	Enveis kommunikasjon fra Kjøper til Leverandør Denne løsningen innebærer kun at leverandøren mottar ordre via Ehandelsplattformen. Leverandøren kan her motta ordre via e-post, Order Management og Integret løsning	Ja
B	Toveis kommunikasjon, dvs. meldingsutveksling mellom Kjøper og Leverandør Denne løsningen krever at leverandør benytter "Order Management" (en webbasert løsning for ordrehåndtering på Ehandelsplattformen), eller integrerer sitt ordrehåndteringssystem med Ehandelsplattformen	Nei
C	Enkel toveis kommunikasjon, dvs. begrenset meldingsutveksling mellom Kjøper og Leverandør Dersom Kjøper har lagt til rette for det, kan løsningen "Mail Order Respons" benyttes. Da vil Leverandør ved å respondere på ordre mottatt som epost, kunne akseptere eller avvise ordren.	Nei

3.2 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	Nei
F Kjøper kan benytte eforms (smart forms) i tilknytning til bestillingene	Ja (ved behov)
G Kjøper skal benytte GLN 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 ved at funksjonalitet på Ehandelsplattformen skal benyttes
Viktig at Leverandør tar hensyn til dette i sin mottaksprosess
² Viktig for en helhetlig elektronisk prosess

3.3 Meldingsutveksling relatert til bestilling

Følgende prosesser utføres via Ehandelsplattformen mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Ordrebekreftelse	Ordrebekreftelse² (aksept, aksept med endring eller avvisning av bestillingen)	Nei		Ordresvar per epost
Kjøpers endring av ordre³	Endringsordre	Nei		
	Endringsbekreftelse² (Leverandørs aksept eller avvisning av endringsordren)	Nei		
Kjøpers kansellering av ordre³	Kansellering	Nei		
	Kanselleringsbekreftelse² (Leverandørs aksept eller avvisning av kanselleringen)	Nei		
Leverandørs kansellering av ordre	Kanselleingsbekreftelse² (Leverandørs kansellering av en etablert ordre)	Nei	Ikke aktuelt	

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.
² Bruk av Leverandør initierte bekreftelser betinger at det er en toveis kommunikasjon mellom partene. I praksis kreves det at leverandør benytter Order Management eller integrert løsning.
³ Der hvor det foreligger avtale om Ordre Avslutnings Tidspunkt (OAT) kan ordren endres eller kanselleres frem til OAT. Dersom OAT ikke er avtalt kan en ordre ikke endres eller kanselleres. Der hvor det foreligger avtale om "umiddelbar levering" og leverandøren i sin

Merknad [SN1]: Här i anmerkning kan dere skriva om dere vill ha ordresvar per e-post istället

ordrebekreftelse ikke har gitt en aksept med endring, vil kjøper ikke ha mulighet for endring eller kansellering. Der hvor leverandøren har gitt en aksept med endring i sin ordrebekreftelse, kan kjøper endre eller kansellere ordren frem til et nærmere avtalt tidspunkt.

3.4 Kjøpers håndtering av bekreftelse med endring

Et av følgende prinsipp er avtalt for kjøpers behandling av bekreftelser med status "Akseptert med endring":
Forutsetter at leverandør benytter Order Management eller integrert ved ordrebekreftelse

Prinsipp	Ja/Nei
A Stilltiende aksept Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" er Leverandørens endringer å betrakte som akseptert av kjøper med mindre kjøper gir leverandør respons innen _____ etter mottak av bekreftelsen.	Nei
B Kansellering og ny bestilling Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" skal kjøper alltid kansellere bestillingen og eventuelt starte bestillingsprosessen på nytt.	Nei
C Endringsordre Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" skal kjøper alltid bekrefte aksept eller avvisning av endringen innen _____ etter mottak av bekreftelsen.	Nei

3.5 Bruk av bekreftelse med endring

Partene er enig om at Leverandør kan benytte bekreftelser med status "Akseptert med endring" (3.4 A og C)

Type endring	Ja/Nei
A Endret leveringsdato som gjelder for hele ordren	Nei
B Endret leveringsdato for en enkelt varelinje	Nei
C Reduksjon i kvantum som leveres	Nei
D Erstatningsprodukt	Nei
E Endret pris (i de tilfeller man har en avtafestet variabel pris eller pris er lavere enn avtalepris)	Nei
F Splitting av leveransen for en eller flere varelinjer over to eller flere leveringsdato (restordre)	Nei
G Andre endringer	

4 Forsendelse og varemottak

4.1 Informasjonsinnhold

Partene skal tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved forsendelse og varemottak:

Funksjonalitet ved forsendelse og varemottak	Ja/nei (anmerkning)
A	
B	
C	
D	
E	

4.2 Meldingsutveksling relatert til forsendelse og varemottak

Følgende prosesser skal støttes elektronisk:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (Ja/Nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Forsendelse	Pakkseddel		Ikke aktuelt	
Varemottak	Mottaksbekreftelse		Ikke aktuelt	

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.

5 Fakturering

5.1 Format for elektronisk faktura

Følgende format er avtalt bruk for utveksling av elektronisk faktura (og eventuell kreditnota).	Ehandel.no format
-------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------

5.2 Transportkanal for elektronisk faktura

Følgende transportkanal er avtalt bruk for utveksling av elektronisk faktura (og eventuell kreditnota) ¹ .	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

¹ Via Ehandelsplattformen eller andre kanaler (spesifiser)

5.3 Informasjonsinnhold i elektronisk faktura

Partene skal tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved fakturering:

Funksjonalitet i elektronisk faktura	Ja/nei (anmerkning)
A	
B	
C	
D	
E	

5.4 Meldingsutveksling relatert til fakturering

Følgende prosesser støttes av elektronisk meldingsutveksling mellom partene:

Samhandlingsprosess	Dokument/melding	Krav (ja/nei)	Maks behandlingstid ¹	Anmerkning
Fakturering	Faktura		Ikke aktuelt	
	Kreditnota		Ikke aktuelt	

¹ Med maks behandlingstid menes den maksimale tid som tillates hos mottaker for behandling av en melding, dvs. fra mottak av en melding til det er gitt en respons.

Kvalitetsparameterene skal hjelpe Kjøper å sette krav til Leverandør for ønsket kvalitet i den elektroniske katalogen. Dette for å øke innkjøpsopplevelsen og søkbarhet i innkjøpssystemet for sluttbruker for derigjennom øke avtalelojalitet, anbefales høyest mulig poengskår. **Tallverdi fylles inn i 2.4**

Attributt	Verdi	Kriterier
Produkt- navn	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).
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.
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
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 5 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 3).
	5	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt varegruppe (nivå 4). Øvrige 5 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 3).
Synonymer	0	Ingen synonymer
	1	Synonymer identifiserer sortimentet / leverandøren snarere enn de enkelte produktene, for eksempel 'kontormateriell', 'møbler', 'vaskestyr' etc., som kan medføre irrelevante søketreff.
	2	Synonymer identifiserer 25 % av samtlige artikler
	3	Synonymer 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 identifiserer 75 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
Produkt- identitet	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. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). 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. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). 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. (unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
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.