

MEDIASEURANTA- JA TIEDOTEJAKELUPALVELUJEN HANKINTA

Sisällys

1.	HANKKEESTA VASTAAVA YKSIKKÖ JA HANKINNAN TAUSTATIEDOT	1
2.	OSA-ALUE 1: MEDIASEURANTA	2
3.	OSA-ALUE 2: TIEDOTEJAKELU JA MEDIATIETOKANTA	6

1. HANKKEESTA VASTAAVA YKSIKKÖ JA HANKINNAN TAUSTATIEDOT

Helsinki Partners Oy (jäljempänä myös ”Tilaaaja” tai ”hankintayksikkö” tai ”Helsinki Partners”) on kansainväliseen kaupunkimarkkinointiin sekä investointien että osajien houkutteluun keskittyvä Helsingin kaupungin omistama yhtiö. Lue lisää osoitteessa www.helsinkipartners.com sekä www.myhelsinki.fi

Helsinki Partnersin tavoitteena on ottaa käyttöönsä kotimaisen ja kansainvälisen mediaseurannan palvelut sekä tiedotejakelutyökalut tarpeidensa mukaisessa laajuudessa.

Helsinki Partners vastaa Helsingin kaupungin kansainvälisestä markkinoinnista sekä tunnettavuuden kasvattamisesta. Mediaseuranta on yksi Helsinki Partnersin viestinnän päivittäisistä työkaluista, jolla seurataan ja mitataan organisaatioiden viestinnän toimenpiteiden onnistumista sekä julkisuuskuva. Tiedotejakelupalvelut sekä mediatietokanta on kansainvälisen viestinnän kannalta oleellinen työkalu.

Helsinki Partners seuraa pääasiassa Helsingin näkyvyyttä kansainvälisessä mediassa, kaupungin kansainvälistä mainetta, helsinkiläisten yritysten näkyvyyttä sekä kansainvälisen viestinnän toimenpiteiden onnistumista.

Helsinki Partners tarvitsee erilaisia toimitetun median lähteitä Pohjoismaista, Euroopasta, Pohjois- Amerikasta (USA ja Kanada) sekä Aasiasta (Japani, Etelä-Korea, Kiina, Singapore, Intia), Etelä-Amerikka (Brasilia) rajattoman määrän erilaisia hakualueita, joista voi ottaa erilaisia raportteja (esim. kuukausiraportit, kvartaaliraportit ja vuosiraportit) sekä kansainvälisten uutistoimistojen (mm. Reuters, Bloomberg, AP, UPI, AFP, CNN, Al Jazeera) uutisoinnin seuranta. Sosiaalisen median seurannan ja sosiaalisen median analyysityökalujen tarve sisältyy mediaseurannan tarpeisiin. Sosiaalisessa mediassa tärkeitä lähteitä ovat erityisesti kansainvälisten some-vaikuttajien seuranta.

Lisäksi Helsinki Partners tarvitsee palvelun, josta on mahdollisuus koota medialistoja esim. maantieteellisen alueen, aihealueiden, avainsanojen, tavoitettavuuden, mediatyyppin ja muiden tekijöiden perusteella.

Helsinki Partnersilla on myös tarve tilata media-analyysijä, joissa raportointi tehdään Tilaaajan toiveiden mukaisesti, esimerkiksi vuoden tarkastelujaksolta, näkyvyydestä uutismediassa (mm. näkyvyyden volyymi, tavoitettavuus, maat) ja erikseen sovittavien teemojen mukaisesti painetun, digitaalisen ja sosiaalisen median osalta.

Tiedotejakelupalvelulta Helsinki Partners tarvitsee maailmanlaajuisen jakeluverkoston (mm. Pohjois-Amerikka, Brasilia, Japani, Etelä-Korea, Kiina, Malesia, Singapore, Australia ja koko Eurooppa) sekä kattavan mediatietokannan. Erilaisten medialistojen kokoaminen sijainnin,

roolin, aihealueiden ja avainsanojen, tavoittavuuden, mediatyyppin ja muiden tekijöiden perusteella on sisällytettävä palveluun.

2. OSA-ALUE 1: MEDIASEURANTA

Palvelun kohteena on:

- kansainvälisen toimituksellisen median ja
- sosiaalisen median seuranta.

Mediaseurannassa seurataan Helsinkiin liittyvää uutisointia sovittujen hakualueiden, -kohteiden ja -sanojen perusteella. Seurannan kohteena ovat ulkomainen toimituksellinen media, uutistoimistot sekä sosiaalinen media.

Mediaseurantapalvelun tulee olla räätälöitävissä hakuaiheittain suhteen asiakaskohtaisesti. Hakuaiheiden määrä ei saa olla rajattu.

Kansainvälisen toimituksellisen verkkomedian seurannan kohteena on Helsingin ja sen palveluja tai muita asiakkaiden toivomia teemoja koskevan toimituksellisen verkkomedian uutisoinnin seuranta. Seurattavia lähteitä ovat sähköiset uutismedialähteet sekä uutistoimistot.

Sosiaalisen median seurannan kohteena on Helsinki ja sen teemoja koskevan sosiaalisen median seuranta. Mediaseuranta poimii keskusteluista olennaiset asiat sekä somevaikuttajat. Kaikkien sosiaalisen median kanavien seurantaosumien tulee olla samassa sähköpostiraportissa ja palvelun käyttöliittymässä.

Media- ja someosumat tulevat raporttina vähintään kerran vuorokaudessa sähköpostitse Tilaajan määrittelemille vastaanottajille. Palveluun tulee sisältyä rajoittamaton määrä vastaanottajia Tilaajan tarpeen mukaan.

Mediaseurannan tietolähteet

Mediaseurannan lähdekannan tulee olla laaja ja kattaa olennaiset ulkomaiset lähteet. Helsinki Partners määrittelee olennaiset, seurattavat medialähteet tilatessaan palvelun toimituksellisen verkkomedian kuin sosiaalisen mediankin kohdalla.

Lähteiden tulee sisältää vähintään seuraavat kanavat:

Uutistoimistot:

- Pohjois-Amerikka: AP, CNN, Bloomberg, UPI, The Canadian Press
- Eurooppa: Reuters, PA Media, TT, Norsk Telegrambyrå, Deutsche Presse-Agentur, AFP
- Aasia: OhmyNews, Xinhua, Jiji Press, Kyodo News
- Muut: Inter Press Service, Australian Associated Press, Rossija segodnja, Tass, Interfax

Toimitettu media seuraavista maista: joka maasta vähintään päämediat (Top 3 mediat) levikkien ja lukijamäärien mukaan sekä ammattimedit (trade medias)

Eurooppa:

- Pohjoismaat: Ruotsi, Norja, Tanska, Islanti
- Baltia: Viro, Latvia, Liettua
- Iso-Britannia
- Keski-Eurooppa: Saksa, Sveitsi, Itävalta, Ranska
- Etelä-Eurooppa: Italia, Espanja

Amerikka

- USA
- Kanada

Aasia

- Kiina (mahdollisuuksien mukaan), Japani, Etelä-Korea, Singapore, Intia, Malesia, Filippiinit

Tilaaaja voi päivittää tietolähteiden listaa sekä eri hakualueita sopimuskauden aikana maksutta, ja Tilaaaja voi toimittaa myös omia lähdetarpeitaan palveluntuottajalle, joka tekee lisää hakualueita ja muuttaa sekä korjaa käytössä olevia hakuja. Myös palveluntuottaja kartoittaa uusia, Tilaaajalle relevantteja lähteitä jatkuvasti.

Medioita ja sivustoja voidaan lisätä seurantaan rajaton määrä.

Sosiaalisen median lähdekannan tulee sisältää vähintään seuraavat:

- Facebook,
- Twitter,
- Instagram
- Youtube,

Kokonaisuuteen sisältyy 12 kk:n toimituksellisen median uutishakuhistoria sekä sosiaalisten alustojen historia esim. Twitter.

Hakusanat ja -teemat

Tilaaaja määrittää omat hakuteemansa, hakualueensa ja hakusanansa. Hakusanojen, -alueiden ja -teemojen muuttaminen, poistaminen ja lisääminen (pääosin palveluntuottajan asiantuntijoiden suorittamana, mutta Tilaaajan täytyy myös itsenäisesti pystyä tekemään hakuja) sisältyvät palveluun. Palveluntuottajan tulee varautua sekä pysyviin että väliaikaisiin hakuihin, jotta määräaikaiset seuranta-aiheet voidaan vaivatta ja nopeasti liittää palveluun mukaan. Asiakas määrittää pysyvät hakualueet ja haut sekä väliaikaisten hakujen keston. Palvelun hintaan kuuluu rajoittamaton määrä hakukohteita ja -alueita.

Yhteyshenkilö ja asiakaspalvelu auttavat Tilaaajaa hakusanojen löytämisessä, jotta ne ovat riittävän tarkasti rajattuja ja niillä saadaan vain olennaisia ja tarkoituksenmukaisia mediaosumia. Palveluntuotantoon osallistuvien asiantuntijoiden ammattitaito optimaalisten hakusanojen ja -teemojen määrittämisessä ja niiden muokkaamisessa on erittäin tärkeää mediaseurannan laadun takaamiseksi.

Mediaosumien sähköpostiraportit (aamuraportit, uutiskirjeet)

Mediaosumien päivittäinen kooste pitää olla vastaanotettavissa sähköpostitse vähintään kerran päivässä Tilaaajan tarpeen mukaan sekä toimituksellisen verkkomedian ja sosiaalisen seurannan osumista samassa raportissa. Mediaosumien päivittäisen koosteen vastaanottajakohtainen muokkaaminen tulee olla mahdollista siten, että organisaation sisällä eri vastaanottajien on mahdollista saada koosteet personoiduista hakuteemoista itse toivominaan kellonaikoina.

Vastaanottajien määrän tulee olla rajoittamaton.

Rajapinnat artikkeleihin ja sosiaalisen median päivityksiin

Artikkelit pitää päivittää rajapinnan (API) kautta Tilaajan CRM järjestelmään (HubSpot). Samoin sosiaalisen median tiedot julkaisuista ja niiden tekijöistä pitää päivittää ko. järjestelmään rajapinnan kautta.

Käyttöliittymä

Mediaseurantajärjestelmän käyttöliittymä tulee olla Tilaajan käytettävissä ja järjestelmässä täytyy olla haku mediaosumiin. Tilaajan määrittelemät pääkäyttäjät voivat käyttää sähköistä hakua palveluntuottajan käyttöliittymässä.

Palvelun kiinteään hintaa sisältyy vähintään kolmekymmentä (30) käyttöliittymän käyttäjätunnusta ja kuusi (6) pääkäyttäjää kansainvälisen toimituksellisen median seurantaan.

Palvelun kiinteään hintaan tulee sisältyä vähintään kolme (3) käyttöliittymän käyttäjätunnusta ja kolme (3) pääkäyttäjää sosiaalisen median seurantaan.

Toiminnalliset vaatimukset:

- Pääkäyttäjällä tulee olla mahdollisuus tehdä tarkennettuja hakuja aineistoon.
- Pääkäyttäjillä tulee olla käytössä vähintään 20 eri hakualueiden kooste- ja kuvaajasivuja (dashboardeja), joista voi ottaa erilaisia raportteja (itse koostettuja raporttia/analyysiä, joista saa erilaisia graafisia kuvaajia).
- Pääkäyttäjän täytyy voida ottaa raportteja ja analyysseja, joita voi rajata alueittain ja maittain, esimerkiksi pääkäyttäjä voi ottaa raportin koskien ranskankielisissä medioissa (Ranska, Belgia, Sveitsi) esille tulleita mediaosumia ja ottaa niistä kuukauden ajalta raportin.
- Pääkäyttäjien tulee voida jakaa järjestelmästä otettuja raportteja (ja analyyssejä) eteenpäin vähintään sähköpostitse. Pääkäyttäjä voi jakaa raportteja (ja analyysseja) suoraan mediaseurantajärjestelmästä Power Point- ja pdf-muodoissa.
- Hakutulokset voidaan ladata PDF, Image tai Excel –muodossa.
- Toimitetun verkkomedian raportti- ja analyysityökalujen avulla pääkäyttäjä voi tarkastella sekä vertailla haluamansa jakson ajalta uutisosumien määrää ja sen kehitystä eri teemojen ja/tai hakusanojen mukaan.
- Sosiaalisen median seurannassa pääkäyttäjät voivat seurata osumien lisäksi muun muassa keskusteluvolyymia ja sen kehitystä eri teemojen ja/tai hakusanojen mukaan sekä viimeisimpiä osumia, eniten postanneita, aktiivisimmin keskusteluun osallistuneista ja keskusteluvaikuttajia. Lisäksi pääkäyttäjä voi tarkastella erillisellä haulla jonkin teeman ja/tai hakusanan näkyvyyttä uutismediassa tai sosiaalisessa mediassa suhteessa toisiin teemoihin.
- Tilaajalla tulee olla pääsy yrityksen brändin seurantaan sekä analysointiin tarkoitettuihin widgeteihin, jotka koostuvat vähintään seuraavista: Potentiaalinen Tavoitettavuus, Sävy, Share of Voice (SOV), Mainosarvo (AVE), Top Kielet, RSS Syöte, Sisältö (haku tai tagi), Medianäkyvyys, Maajakauma, Teemat, Top Mediat sekä Top Alueet.

- Pääkäyttäjän tulee voida tarkastella uutisoinnin jakautumista eri uutislähteiden mukaan ja sosiaalisessa mediassa keskustelun jakautumista eri mediatyypeittäin.
- Järjestelmän tulee sisältää sävyn tunnistus tietyillä kielillä käyttämällä luonnollista kielen tunnistusta (NLP).
- Järjestelmä mahdollistaa RSS-syötteitä vähintään 5 kappaletta.
- Sekä toimituksellisen verkkomedian että sosiaalisen median seurannan tulee olla samassa käyttöliittymässä ja niitä tulee voida tarkastella yhdessä yllä kuvattujen analyysityökalujen avulla.
- Käyttöliittymää tulee voida käyttää mobiilisovelluksella.

Asiakkaiden kouluttaminen

Palveluntarjoaja kouluttaa Tilaajan henkilöstön käyttämään mediaseurannan työkalua käyttöönottokoulutuksessa. Käyttökoulutusta tulee olla tarjolla vähintään kerran vuodessa tarpeen mukaan Tilaajalle räätälöitynä koulutuksena erikseen sovittuna ajankohtana asiakkaan niin halutessa. Tilaaja voi erikseen tilata palveluntuottajalta myös muuta kuin yllä määriteltyä koulutuspalvelua, muun koulutuksen järjestämisen ehdoista ja hinnoista sovitaan erikseen.

Asiakaspalvelu ja tekninen tuki

Tärkeä osa mediaseurantapalvelusta on palveluntuottajan Tilaajalle yhteyshenkilö, joka palvelee Tilaajan viestintäasiantuntijoita asiakassuhdetta- ja palvelua sekä hakuja. Erillinen asiakaspalvelu tukee yhteyshenkilön työtä. Palveluntuottaja nimeää Tilaajalle oman yhteyshenkilön.

Palveluntuottajalla tulee olla asiakaspalvelu/tekninen tuki arkipäivisin virka-aikana (vähintään 9.00–16.00). Yhteydenotot pitää voida tehdä vähintään sekä sähköpostitse että puhelimitse. Puhelujen tulee olla hinnoittelultaan normaalin puhelumaksun mukaisia. Asiointikielen tulee olla suomi.

Tilaaja voi tehdä palveluntuottajalle pyyntöjä esimerkiksi erilaisten hakujen tekemisestä, muutoksista jakelulistoihin. Palveluntuottajan pitää pystyä suorittamaan nämä palvelupyynnöt vuorokauden (24 h) kuluessa palvelupyynnön esittämisestä. Mikäli kyseessä on sisällöltään erityisen hankala tai isoa työmäärää vaativa palvelupyyntö, voidaan vuorokauden vasteajasta poiketa yhteisesti tästä sovittaessa palvelupyynnön esittäjän kanssa.

Asiakaspalvelu ja tekninen tukipalvelu kuuluvat palvelun kiinteään hintaan.

Media-analyysit ja muut lisäpalvelut

Tilaaja voi ostaa erikseen erityisiä media-analyyseja, esimerkiksi media-analyytikon toteuttamia analyysipalveluja. Analyysipalvelut toteuttavat liitteen ”Palvelun tuottamiseen nimetty henkilöstö” mukainen media-analyttikko. Yleisiä analyysitarpeita ovat esimerkiksi vuosiraportit, kvartaaliraportit ja yksittäisen tapahtuman raportit. Lisäpalvelu sisältää esimerkiksi media-analyytikon tekemät analyysit mediaosumien sisällöistä sovituin aikavälein. Analyysit voivat koskea esimerkiksi sitä, miten tilaaja on esiintynyt julkisuudessa (julkisen keskustelun sävy, negatiivinen/positiivinen/neutraali), miten osumien sisältö on kehittynyt seurannan aikana, millaista muutosta julkisuuskuvasessa on tapahtunut ym.

Toistuva raportointi tehdään asiakkaan toiveiden mukaisesti, esim. vuoden tarkastelujakso, näkyvyys uutismediassa tärkeimpien KPI:n näkökulmasta (mm. näkyvyyden volyymi,

tavoittavuus, maat) ja erikseen sovittavien teemojen mukaisesti painetun, digitaalisen ja sosiaalisen median osalta. Toimeksianto sovitaan ja tarkennetaan tilauksen yhteydessä.

Tilaaja ja palveluntuottaja sopivat tapauskohtaisesti tarkemmin lisäpalvelun sisällöstä, toteutuksesta ja kestosta ennen mahdollista tilausta.

Tilaajalla on lisäksi tarvittaessa oikeus ostaa myös muita erilaisia hankinnan kohdetta tukevia lisäpalveluja valitulta palveluntuottajalta.

Lisäpalveluiden hinnoista sovitaan erikseen. Hinnoittelun tulee kuitenkin perustua liitteessä 2 "Hinnat" kohdassa "OSA-ALUE 1: MEDIASEURANTA" annettuun tuntihintaan.

3. OSA-ALUE 2: TIEDOTEJAKELU JA MEDIATIEKANTA

Hankinnan kohteena on tiedotejakelu ja mediatietokanta kokonaispalveluna. Palvelukokonaisuuden tulee täyttää vähintään seuraavat vaatimukset:

Palvelu sisältää globaalin mediatietokannan ja toimittajarekisterin sekä Tilaajan tiedotejakelun. Mediatietokannan ja tiedotejakelujärjestelmän käyttöliittymä tulee olla Tilaajan käytettävissä. Tilaaja saa käyttöönsä vähintään 6 käyttäjätunnusta.

Mediatietokanta

Mediatietokanta sisältää:

- kontaktikortit ja tarkat yhteystiedot medioista, toimittajista, bloggaajista ja freelancereista,
- hakutoiminnot ja tägit jakelulistojen kohdentamista varten,
- rajattoman määrän jakelulistoja,
- palveluntarjoajan ylläpitämiä ja automaattisesti päivittyviä jakelulistoja,
- kontaktit vähintään seuraavista maista: Ruotsi, Norja, Tanska, Islanti, Viro, Latvia, Liettua, Iso-Britannia, Saksa, Sveitsi, Itävalta, Ranska, Italia, Espanja, USA, Kanada, Kiina (mahdollisuuksien mukaan), Japani, Etelä-Korea, Singapore, Intia, Malesia, Filippiinit.

Mediakontaktien määrä on Euroopassa vähintään 180000, Amerikassa vähintään 200000 ja Aasiassa vähintään 45000. Tilaaja voi lisätä mediatietokantaan halutessaan omia kontaktejaan.

Tiedotejakelu

Tiedotteita lähetetään enintään 100 vuodessa. Yksi tiedote voi sisältää rajattoman määrän kieliversioita. Tiedotteisiin on mahdollista lisätä multimediaa (esim. kuvia, videoita jne.) Palvelun tulee mahdollistaa lehdistötiedotteet julkaisun Tilaajan omille verkkosivuille.

Tiedotejakelu toteutetaan palveluntarjoajan järjestelmästä seuraavilla tavoilla:

- Sähköposti – valitut toimittajat ja toimitukset jakelulistojen perusteella
- Sosiaalinen media – yritysprofiilit (Facebook, Twitter, LinkedIn)
- Verkko – oma arkisto palveluntarjoajan -sivustolla
- Verkko – (Pohjois-Amerikka, Eurooppa, Aasia)

Tilaaja saa tiedotteiden jakelusta analytiikkaa vähintään seuraavasti:

- Vastaanottajakohtainen yhteenveto jokaisesta jakelusta
- Avausprosentit, lukukuittaukset, tiedotetilaajat yms.
- Sosiaalisen median jaot ja materiaalilataukset

Käyttöönotto ja koulutus

Käyttöönotto ja käyttöliittymän koulutus sisältyvät palvelun kiinteään hintaan. Palveluntarjoaja kouluttaa Tilaajan henkilöstön käyttämään palveluntarjoajan työkalua käyttöönottokoulutuksessa. Käyttökoulutusta tulee olla tarjolla vähintään kerran vuodessa tarpeen mukaan asiakkaalle räätälöitynä koulutuksena erikseen sovittuna ajankohtana Tilaajan niin halutessa.

Tilaaja voi erikseen tilata palveluntuottajalta myös muuta kuin yllä määriteltyä koulutuspalvelua, muun koulutuksen järjestämisen ehdoista ja hinnoista sovitaan erikseen. Hinnoittelun tulee perustua liitteessä 2 "Hinnat" kohdassa "OSA-ALUE 2: TIEDOTEJAKELU JA MEDIATIETOKANTA" annettuun tuntihintaan.

Asiakas- ja tukipalvelu

Tärkeä osa mediaseurantapalvelusta on palveluntuottajan asiakaskohtainen yhteyshenkilö, joka palvelee Tilaajan viestintäasiantuntijoita asiakassuhdetta- ja palvelua sekä hakuja. Erillinen asiakaspalvelu tukee yhteyshenkilön työtä. Palveluntuottaja nimeää Tilaajalle oman yhteyshenkilön.

Palveluntuottajalla tulee olla tekninen tuki arkipäivisin virka-aikana (vähintään 9.00–16.00). Yhteydenotot pitää voida tehdä vähintään sekä sähköpostitse että puhelimitse. Puhelujen tulee olla hinnoittelultaan normaalin puhelumaksun mukaisia. Asiointikielen tulee olla suomi.

Tilaaja voi tehdä palveluntuottajalle pyyntöjä esimerkiksi erilaisten hakujen tekemisestä, muutoksista jakelulistoihin. Palveluntuottajan pitää pystyä suorittamaan nämä palvelupyynnöt vuorokauden (24 h) kuluessa palvelupyynnön esittämisestä. Mikäli kyseessä on sisällöltään erityisen hankala tai isoa työmäärää vaativa palvelupyyntö, voidaan vuorokauden vasteajasta poiketa yhteisesti tästä sovittaessa palvelupyynnön esittäjän kanssa.

Asiakas- ja tukipalvelujen sisältyvät palvelun kiinteään hintaa.