

Liite 2. Hankinnan kohteen kuvaus: Lipunmyyntijärjestelmä ja siihen liittyvät palvelut

Hankintayksiköllä on oikeus tarjousten vastaanottamisen jälkeen tarkastaa, että tarjoajan lipunmyyntijärjestelmä ja siihen liittyvät palvelut täyttävät tässä hankinnan kohteen kuvauksessa asetetut vaatimukset.

Hankintayksikkö:

Helsingin Teatterisäätiö/Helsingin Kaupunginteatteri

Hankinnan nimi:

Lipunmyyntijärjestelmä ja siihen liittyvät palvelut

Hankinta sisältää palvelukokonaisuuden, joka kattaa mm.:

- Lipunmyyntijärjestelmän Hankintayksikön omiin lippumyymälöihin 40 käyttäjälle
- Valtakunnallisen lippujen varauksen ja myynnin puhelinpalvelun
- Tarjoajan valtakunnallisen verkoston lippumyymälöitä ja lippujen lunastuspisteitä
- Tarjoajan internet -lippukaupan
- Asiakaspalvelun Hankintayksikölle ja Asiakkaille
- Asiakasrekisterien ylläpidon
- Aditro Wintime –kirjanpitoliihtymän
- Puhelinmyynnin ylivuotopalvelut
- Outbound-puhelinmyynnin
- Tilaajan oman verkkosivuston (HKT.fi) chat-palvelun ylivuotopalvelut
- Digitaalisen markkinoinnin tukipalvelun (sähköposti, yhteisöalustat, Google)
- Markkinointiautomaatiopalvelut (mukaan lukien automatisoidut sähköposti- ja tekstiviestit Asiakkaille ennen ja jälkeen tapahtuman)
- Markkinointi- ja digituen Hankintayksikölle

Tässä tarjouspyynnössä:

- Helsingin Kaupunginteatterista käytetään nimitystä "Tilaaja" tai "Hankintayksikkö"
- Tarjouksen tekijästä käytetään nimitystä "Tarjoaja" tai "Toimittaja"
- Lippujen ostajista ja varaajista käytetään nimitystä "Asiakas".
- "Asiakasrekisteri" sisältää tiedot Asiakkaasta sekä ostetuista ja varatuista lipuista.

Asiakaspalvelu, tikeöntijärjestelmä ja vasteajat:

Tarjoajan tulee tuottaa Tilaajalle sekä Tilaajan Asiakkaille asiakaspalvelua. Asiakaspalvelu tulee hoitaa asiakaslähtöisesti ja huolellisesti. Asiakaspalautteiden käsittelyn tulee olla prosessoitua ja Tarjoajan omaa toimintaa koskeviin asiakaspalautteisiin tulee aina vastata viipymättä.

Lipunmyynnin asiakaspalvelu auttaa Tilaajaa ja Asiakasta asiassa loppuun asti riippumatta siitä, onko kyse järjestelmän käyttöön liittyvästä ongelmasta vai muusta asioinnista palveluun ja sen toteuttamiseen liittyen.

Toimittajan tulee nimetä Tilaajalle vähintään kaksi (2) asiakaspalvelusta vastaavaa yhteyshenkilöä. Henkilöiden tulee olla tosiasiallisesti Tilaajan tavoitettavasti työpäivien (= ma-pe, ei yleiset vapaapäivät, klo 8–16) aikana. Asiakaspalvelu vastaa Tilaajan palvelua koskeviin kysymyksiin ja tarjoaa teknistä tukea Tilaajalle.

Toimittajalla tulee olla käytössään ns. tiketointijärjestelmä, johon kerätään Tilaajan esittämät palvelupyynnöt ja joka seuraa pyyntöjen vastaus- ja ratkaisuaikaa. Tiketointijärjestelmään toimitettuihin palvelupyyntöihin tulee vastata yhden työpäivän kuluessa palvelupyynnön vastaanotosta. Vastaukseksi ei lueta mahdollista automaattista vastaanottoilmoitusta, vaan vastauksella tarkoitetaan asian konkreettista ratkaisemista eli vastaamista esitettyyn kysymykseen tai ongelmaan. Laajemmissa ongelmatilanteissa vastaukseksi luetaan ilmoitus siitä, että järjestelmää koskeva virhe tai ongelma on korjauksessa sekä arvio korjaustoimenpiteiden aikataulusta.

Toimittajan tulee tarvittaessa nimetä Tilaajalle myös muuta apua, mikäli palveluntuottaminen sopimuksenmukaisesti sitä vaatii, esim. asiakaspalvelutiimi.

Asiakasrekisteri:

Toimittaja vastaa asiakasrekisterin (sisältäen ostetut ja varatut liput) siirrosta Tilaajan edelliseltä toimittajalta Toimittajan järjestelmään. Siirron tulee olla kokonaisuudessaan valmis viimeistään 31.7.2024 siihen mennessä kertyneen asiakasrekisterimateriaalin osalta.

<u>EHDOTTOMAT VAATIMUKSET</u>
1) Lipunmyyntijärjestelmä
Yleistä:
Järjestelmän käyttöoikeus 40 käyttäjälle sisältäen ylläpidon, uudet ohjelmistoversiot ja niiden asennukset
Suomenkielinen käyttöliittymä
Lipunmyyntijärjestelmän käyttöönottoprojekti

- Huom. kaikki tarjouspyynnössä mainitut järjestelmätyökalut ja ominaisuudet tulee olla Tilaajan käytössä kokonaisuudessaan viimeistään 31.7.2024, ellei jonkin työkalun/toiminnon osalta ole erikseen toisin mainittu
- Kaikki järjestelmään kehitettävät työkalut, jotka tulevat Toimittajalle tuotantoon, tulee tarjota myös Tilaajan käyttöön ilman erillistä veloitusta. Tilaaja ja Toimittaja sopivat näiden osalta erikseen käyttöönotosta ja sen aikataulusta.

Lipunmyyntijärjestelmän kirjanpitoliihtymä, ns. myynnin ja kirjanpidon suorasiirto (kaksiportainen integraatio: päivämyynti ja ennakkomyyntin tuloutus esitysten jälkeen):

Tilaajan vaatimuksia integraatiolle:

- Lipunmyyntijärjestelmästä lippujen kokonaismyynnistä täsmäytyslistat kirjanpidon pääkirjaan
- Ennakkomyyntin ja tuloutuksen (pääsylipputulot) täsmennystiedot / täsmennysraportit saatava suoraan järjestelmästä ilman käsin tehtävää jatkokäsittelyä (ei Excel-käsittelyä)
 - o Myyntilukujen tulee olla Tilaajan suoraan hyödynnettävissä kuukausitasolla vakiotasoisina yhdistelmäraportteina
 - o Tilaaja antaa Toimittajalle mallit yhdistelmäraporteista; Toimittajan tulee toteuttaa raportit Tilaajan mallin mukaan
 - o Yhdistelmäraportit tulee saada määrätyiltä myynti- ja tapahtumajaksoilta
 - o Yhdistelmäraporttien avulla Tilaajan kirjanpidon pitää pystyä täsmäyttämään ennakkomyynti suoraan myyntiin kuukausittain vakiomuotoisella raportoinnilla; raportti ennakkomyyntin täsmäytyksestä kuukausitasolla tulee olla mahdollinen
 - o Siirtotiedostojen tulee olla luotettavia siten, että myynnin ja kirjanpidon täsmäytykset onnistuvat
 - o Tiliöinteihin ei saa tulla puutteita integraation vuoksi
 - o Peruttujen näytösten käsittelyyn tulee olla valmius
- Toimittajan velvollisuuksiin kuuluu kaikki järjestelmän käyttöönottoon ja taloushallinnon integraatioon liittyvät tehtävät sekä koulutuksen järjestäminen Tilaajan henkilökunnalle
- Lipunmyyntijärjestelmän ja kirjanpidon välisen integraation tulee olla testattuna ja valmiina tuotantokäyttöön viimeistään 31.7.2024.
- Edellä on kuvattu yleisellä tasolla kirjanpitoliihtymän sisältöä. Tilaaja ja Toimittaja laativat yhteistyössä käyttöönottoprojektin yhteydessä kirjanpitoliihtymän yksityiskohtaisen sisällön.

Järjestelmän mahdollistamat toiminnot ja ominaisuudet:

Yksittäisten tilaisuuksien lippuvaraukset ja lipunmyynti

Mahdollisuus myydä sekä paikkalippuja että numeroimattomia lippuja

Asiakkuuksien hallinta ja asiakastietojen ylläpito

Hallinnassa tilaisuuksien massamuokkaukset

Tapahtumien raportointi ja tilitykset

Useiden erilaisten tuotteiden myynti ja varastokirjanpito

Varausten lunastusaika Tilaajan määriteltävissä

Ristiinmyynti muiden tapahtumajärjestäjien kanssa ja raportointi

Varattavien ja myytävien tuotteiden paketointi

Lahjakorttien ja ensi-iltakorttien myynti
Kausikorttien ja sarjalippujen sekä irtolippujen samanaikainen myynti
Lipunhaltijoiden kulunvalvonta tapahtumiin
Lipunmyynnin laskutusten ja postitusten käsittely
Laskutettavien myyntien erilliset postitus- ja laskutusosoitteet
Erilaisten Tilaajan määrittelemien arvoseteleiden käsittely ja tilitys
Tuotteiden hinnoittelu järjestelmässä perustuu nimikkeisiin, joista voi poiketa kampanja- tai tilaisuuskohtaisesti
Tuotteiden hinnoitteluissa tulee pystyä luomaan erilaisia lipputyyppejä, joihin ei sisälly mitään maksuja. Tilaaja määrittelee tällaiset lipputyypit, kuten kutsuvierasliput, henkilöstöliput jne.
Hinnoitteluissa tulee pystyä luomaan erilaisia oheistuotepakettityyppejä, joihin ei sisälly maksuja. Tilaaja määrittelee tällaiset pakettityypit, kuten kutsuvieraspaketit, henkilöstöpaketit jne.
Asiakasjonojen ylläpito
Kampanjaseuranta
Lipun ja kuitin uudelleentulostus
Erillinen lipunmyyntijärjestelmän Tapahtumakalenteri-liittymä (integraatio). Tarjoaja antaa Tilaajan käyttöön datasyötteen, josta ilmenee kaikki Tilaajan näytännöt ja niiden yksityiskohdat sisältäen mm. jäljellä olevien lippujen numeerinen määrä sekä näytännön lipunostolinkki, ajankohta ja tapahtumapaikka. Datasyötteen tietojen tulee päivittyä lähdeaineistosta vähintään 24 tunnin välein.
Useat maksutavat samaan ostotapahtumaan liittyen. Maksutapoja ovat vähintään yleisimmät maksukortit, lahjakortit ja yleisimmät kulttuuriedut.
Sähköpostivahvistuksen lähettäminen varauksesta Asiakkaalle.
Toimittajan tulee järjestää Tilaajalle lipunmyyntijärjestelmän raporteista ja raportointityökaluista koulutusta
Järjestelmästä saatavissa olevat raportit:
<p>Tilaajan vaatimukset raportoinnille:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarvittaessa Toimittaja järjestää raportointityökalujen käytöstä Tilaajan henkilökunnalle erillistä koulutusta. - Raporttien tulee olla Tilaajan saatavissa suoraan myyntijärjestelmästä ja selainversiosta. - Huom. Tilaajan ei tule joutua muokkaamaan raportteja Excel-tiedostoissa, vaan raportin tulee olla suoraan Tilaajan käytettävissä. - Tilaajan vaatimusten mukaisesti hyödynnettävissä olevan raportointijärjestelmän tulee olla Tilaajalla käytössä viimeistään 31.7.2024. - Toimijan on mahdollista aikatauluttaa raportit sähköpostiin lähetettäväksi.
Verkkokaupan analytiikkapalvelut:
Interaktiivinen analytiikkaraportti, josta ilmenee vähintään source-, medium- ja campaign -tagien tarkkuudella Asiakkaiden käyntisessioiden lähteet, mihin produktioon on ostettu lippuja ja myyntien euromäärät. Raportin tietojen tulee päivittyä lähdeaineistosta korkeintaan 24 tunnin viiveellä.
Tilaaja tarvitsee vähintään seuraavia raportteja:

Interaktiivinen myyntiraportti Power BI-lisenssillä:

- visuaaliset ja selkeät raportit
- tarkka data myyntien tilanteesta
- kokonaiskuva myynnin avainluvuista
- myynnin tarkastelumahdollisuudet mm. hintaluokan, myyntiajankohdan tai myyntikanavan mukaan
- myynnin kehityksen seuranta
- muokattavat raporttinäkymät
- myyntiraportit suoraan sähköpostiin Excel- ja pdf-muodossa.
- mahdollisuus myös mobiilikäyttöön

Taloushallinnon raportit

Taloushallinnon raporttien sisältövaatimukset on kuvattu liitteessä 2b.

Myyntiraportit

Myydyt liput

Myydyt ja varatut liput

Eritelty myyntilaskelma

Myynti eriteltynä maksutavoittain

Päiväkohtainen myyntilaskelma

Lipputyypin myyntilaskelma

Tilakohtainen myyntilaskelma

Kumulatiivinen myyntilaskelma produktioittain

Myyntiorganisaation kausilaskelma

Summattu myyntilaskelma

Myynti myyntipisteittäin

Myynnin päiväkirja

Myynnin päiväkirja eriteltynä

Varausluettelo

Päiväkohtaiset myynnit ja uudet varaukset

Ryhmävaraukset

Vahvistettavat ryhmävaraukset

Vapaalippulista

Kassaraportit

Kassakirjat

Kassakirjat eriteltyinä

Maksutavan tarkastus

Tilitetty ristiinmyynti

Arvosetelien käyttö ja tilitys arvosetelien tuottajille

Lahjakortit, kokonaismyynti ja käytetyt/käyttämättömät/vanhentuneet lahjakortit

Laskutusraportit

Laskutusluettelo: tiedot Asiakkaista, tuotteista, kappaleet, hinnat
Lähetetyt E-laskut
Tuotemyynnin raportit
Tuotteiden myyntilaskelma
Varastolista
Varastopäiväkirja
Asiakasrekistereiden ominaisuudet ja niiden käyttö:
Asiakasrekisterin tietosisältö Tilaajan omaisuutta ja Tilaajan käytettävissä
Rekisteriin automaattinen asiakassyöte lipunmyynnistä
Asiakasrekisterit käytettävissä eri tunnisteilla
Asiakasrekisterissä lisätietojen tallennusmahdollisuus
Asiakasrekisterin käyttö sähköiseen ryhmäjakeluun/tiedotuspalveluun
Asiakasrekisterin käyttö peruutustilanteissa
Järjestelmän käyttö:
Lipunmyyntijärjestelmä käytettävissä keskeytyksettä 24/7
Oheislaitteet:
Tarjoajan tulee antaa Tilaajalle käyttöön koko sopimuksen voimassaolon ajaksi veloituksetta vähintään viisitoista (15) lippukirjoitinta. Tarjoaja vastaa ilman erillistä veloitusta korvaavien laitteiden toimittamisesta Tilaajalle rikkoutuneiden laitteiden tilalle ja/tai laitteen huollon/korjauksen ajaksi.
Tarjoajan tulee antaa Tilaajan käyttöön koko sopimuksen voimassaolon ajaksi veloituksetta vähintään kymmenen (10) kulunvalvontalaitetta, jotka mahdollistavat pääsylippujen sähköisen lukemisen tapahtumapaikalla. Tarjoaja vastaa ilman erillistä veloitusta korvaavien laitteiden toimittamisesta Tilaajalle rikkoutuneiden laitteiden tilalle ja/tai laitteen huollon/korjauksen ajaksi.
2) Lippujen varauksen ja myynnin puhelinpalvelu
Tarjoajalla on lippujen varaus- ja myyntipalvelu puhelinpalveluna
Palveluaika minimissään arkisin ja lauantaisin klo 09–21 sekä pyhäpäivisin 10–18
Palvelu järjestetään suomeksi ja ruotsiksi. Tavoitettavuus palveluun samoin ehdoin koko Suomen alueelta.
Varattavissa ja myynnissä olevat palvelut ja tuotteet määrittää Tilaaja
3) Tarjoajan lipunmyyntipisteet
Tarjoajalla on valtakunnallinen, maan alueellisesti kattava lipunmyyntipisteiden verkosto (= vähintään 18 Suomen maakunnassa, kussakin vähintään yksi lipunmyyntipiste)
Lipunmyyntipisteessä mahdollisuus lunastaa Tilaajan tapahtumien lippuja
Lipunmyyntipisteet Tarjoajan ylläpitämiä tai yhteistyökumppaneiden kanssa järjestettyjä
Tarjoajan lipunmyyntipisteissä lunastettavissa ovat sekä enakkoon varatut että varaamattomat liput
Tarjoajan lipunmyyntipisteissä tarjolla Tilaajan omaa mainosmateriaalia tai Tarjoajan tuottamaa omaa materiaalia Tilaajan tapahtumista

4) Tarjoajan internet -lippukauppa
Avoimna asiakkaille keskeytyksettä 24/7
Asiakas voi lunastaa lipun / lippuja esitykseen yleisimmillä maksuvälineillä
Asiakas voi vastaanottaa em. lipun/liput seuraavilla toimitustavoilla (kirjeposti, sähköposti, mobiililaite, oma tulostus)
Paikkalipun osto tapahtuu järjestelmään linkittyvän katsomokartan pohjalta
Tilaajalla on oikeus määrittää, missä määrin avoimet katsojapaikat esitetään myyntijärjestelmässä.
Asiakas voi vaihtaa lippukaupan kieliasetukset (suomi, ruotsi, englanti)
Liput sekä varattavissa että ostettavissa Internet-lippukaupoissa
Verkkokaupan tulee toimia kaikilla yleisimmillä päätelaitteilla ja verkkoselaimilla (mm. Chrome, Safari, Explorer, Opera).
Tilitykset
Bruttotulot erikseen tilitettävissä Tilaajalle sen edellyttämällä tavalla
Tarjoaja veloittaa provision erikseen Tilaajan edellyttämällä tavalla
<u>MUUT VAATIMUKSET</u>
1. Profiloinnin rajoitukset
Toimittaja ei saa käyttää Tilaajan Asiakkaan ostohistoriaan perustuvaa profilointia omaan suoramarkkinointitoimintaansa tai markkinointiautomaatioon.
2. Data-analyytikon palvelut
Data-analyytikon palvelut vähintään neljä (4) kertaa vuodessa järjestettävään palaveriin, jossa Toimittaja käy yhdessä Tilaajan kanssa läpi, millainen räätälöity raportti kullakin kerralla luodaan. Analyytikko luo raportin itsenäisesti palaverin jälkeen Tilaajan käyttöön.
3. Optio: Verkkokauppa vain Tilaajan lipuille (Tarjoajan tulee tarjota optiota, Tilaaja tekee erikseen päätöksen, ottaako Tilaaja ominaisuuden käyttöön):
Toimittajan lipunmyyntijärjestelmään integroitu ja reaaliaikaisesti yhdistetty verkkokauppa, jossa on myynissä ainoastaan Tilaajan omia lippuja, palveluita ja tuotteita, ja joka toimii Tilaajan oman verkkotunnuksen HKT.fi aliverkkotunnuksessa.
Verkkokaupan tulee olla räätälöitävissä Tilaajan graafisen ilmeen mukaiseksi. Asiakas voi vaihtaa lippukaupan kieliasetukset (suomi, ruotsi, englanti).
Asiakkaan tulee Tilaajan omassa verkkokaupassa nähdä tekemiensä ostosten historian. Asiakas voi antaa ja peruuttaa verkkokaupassa markkinointiluvan Tilaajan suoramarkkinoinnille.
Optio sisältyy palveluiden hintaan, eikä Toimittaja voi veloittaa siitä erikseen.

4. Optio: HSL:n yhteistyö (Tarjoajan tulee tarjota optiota, Tilaaaja tekee erikseen päätöksen, ottaako se ominaisuuden käyttöön):

Toimittaja tekee Helsingin seudun liikenteen (HSL) kanssa sopimuksen tapahtumalipun hyödyntämisestä joukkoliikennelippuna, jotta teatterissa vierailevat ulkopaikkakuntalaiset ja muut henkilöt, joilla ei ole HSL:n kausilippua, voivat hyödyntää tapahtumalippuaan julkisissa kulkuvälineissä teatterikäynnin ohessa.

Yhteistyö toteutetaan niin, että Asiakkaan ostaman lipun tunniste (viivakoodi tai QR-koodi) voidaan lukea HSL:n linja-auton, ratikan tai junan lukijassa. Toimittajan roolina on tallentaa Asiakkaan ostaman lipun tunniste omaan järjestelmäänsä. Tämän jälkeen HSL:n järjestelmä hakee tapahtuman lipputiedot Toimittajan järjestelmästä rajapinnan kautta ja huolehtii, että joukkoliikenteeseen aktivoidaan sellaisten tapahtumien lipputiedot, joiden kanssa HSL on tehnyt sopimuksen tapahtumalipusta joukkoliikennelippuna. HSL:n vastuulla on rekisteröidä lipun käyttö ja laskuttaa tapahtumajärjestäjää sopimuksen mukaisesti.

HSL:n kanssa neuvotellaan erikseen sopimuksen ehdoista, kuten hinnoittelusta ja käytössä olevista joukkoliikenneväyhykkeistä ym.

Optio sisältyy palveluiden hintaan, eikä Toimittaja voi veloittaa siitä erikseen.

5. Markkinointi- ja digitukipalvelut

Hankintaan kuuluu Toimittajan Tilaaajalle suorittamat markkinointi- ja digitukipalvelut. Toimittaja tarjoaa tiettyä markkinointikattosummaa, jonka arvosta Tilaaaja saa hyödyntää tukipalveluita vuosittain. Kattosumman ylittyessä Tilaaaja voi ostaa palveluita erikseen Toimittajan hinnaston mukaan.

a) Markkinointituotteet- ja keinot

Tilaaaja saa hyödyntää Toimittajan tarjoamia markkinointivälineitä ja -kanavia.

Mahdollisia markkinointitukeen sisältyviä markkinointituotteita ja -keinoja ovat esimerkiksi:

- Facebook- kansikuvat tai postaukset
- Päänosto verkkokaupassa (tavoittavin tai toisiksi tavoittavin mainospaikka)
- Erillinen uutiskirje Tilaaajan määrittämällä kohdennuksella
- Toimittajan uutis-/viikkokirje, perusnosto tai päänosto
- Erillinen uutiskirje Tarjoajan koko asiakasrekisterille
- Instagram-postaukset
- Sähköpostilipun ulkoasun muokkaus Tilaaajan määrittämiin
- Facebook -lippuarvonta

Toimittaja saa kuitenkin itse määrittää valikoimaansa kuuluvat markkinointituotteet ja markkinointituotteiden valikoima voi muuttua tai päivittyä sopimuskauden aikana. Tilaaaja puolestaan

saa sopimuskauden aikana vapaasti päättää mitä markkinointituotteita- ja keinoja se hyödyntää toimittajan valikoimasta.

b) Markkinointiyhteistyö

Hankintaan sisältyy markkinoinnin jatkuva kumppanuus ja yhteistyö Tilaaajan ja Toimittajan välillä. Tilaaajan tavoitteena on siirtyä voimakkaasti kohti dataohjautuvaa markkinointia, jossa markkinoinnin päätökset perustuvat dataan ja siitä tehtyihin analyysihin. Tällaisen dataohjatun markkinoinnin ytimessä ovat datan kerääminen ja sen aito hyödyntäminen. Tilaaaja edellyttää, että valittava Toimittaja kykenee toimimaan yhteistyökumppanina, joka sitoutuu tukemaan Tilaaajaa markkinoinnissa ja mahdollistamaan siirtymää kohti dataohjautuvaa markkinointia.

Dataohjautuvan markkinoinnin lisäämisellä tavoitellaan Tilaaajan myynnin kasvamista mm. seuraavien elementtien kautta:

- dataan perustuen todistetusti parhaat ja tuloksellisimmat tavat markkinoida
- ajantasainen tieto digitaalisista markkinointiratkaisuista; osaaminen ja tieto Tilaaajan käytettävissä reaaliajassa
- mainonnan ”jatkuva peitto”; kampanjoita käynnissä koko toimintakauden (elokuu-huhtikuu) ajan, kerätään jatkuvaa tietoa kampanjoiden menestymisestä ja kehitetään uusia kampanjoita edellisistä oppien
- algoritmiohjattu dynaaminen hinnoittelu
- markkinoinnin automaatio-ohjelmat (esim. ostoskorin kesken jääminen, syntymäpäivämuistutukset)

Markkinoinnin yhteistyö Tilaaajan ja valittavan Toimittajan välillä toteutetaan erillisen yhteistyötiimin kautta. Tiimin keskeisiä tehtäviä ovat kampanjoista ja toimenpiteistä raportointi, aikataulut, muistutukset, koordinoiminen, aikataulujen hallinta ja sovitusta aikatauluista kiinni pitäminen. Markkinoinnin yhteistyötiimi siis vastaa koko markkinoinnin elinkaaresta ja kaikesta markkinointiin liittyvästä hallinnasta.

Vaatimukset markkinoinnin yhteistyökumppanille:

- laaja-alainen osaaminen eri markkinointikanavista ja -tekniikoista
- luotettavuus ja joustavuus, oma-aloitteinen yhteydenpito ja halu aitoon yhteistyöhön
- palvelun katkeamattomuus ja välitön yhteydenpito Tilaaajaan; uusista keinoista ja ratkaisuehdotuksista kerrotaan välittömästi
- aktiivinen mainosmuotojen ehdottaminen; millaiset aineistot kuhunkin kampanjaan ja valittuun mediaratkaisuun ovat optimaalisia
- mainonnan sisältöjen sparraaminen ja kehittäminen yhdessä Tilaaajan markkinointitiimin kanssa
- kuukausittainen kokoustaminen Tilaaajan kanssa
- asiantuntijayhteyshenkilön ja tämän sijaisen nimeäminen (vaatimukset alla)

Vaatimukset nimetyille asiantuntijayhteyshenkilölle:

- laaja tuntemus digimarkkinoinnista ja -myynnistä
- laaja tuntemus teatterimarkkinoinnista ja teatterista toimialana
- ymmärrys Helsingin Kaupunginteatterin erityispiirteistä ja tarpeista, kyky vastata Tilaajan tarpeisiin ketterästi
- kyky koordinoida yhteistyötä ja pitää yhteyttä Hankintayksikköön oma-aloitteisesti ja aktiivisesti
- resurssit vastata Tilaajan yhteydenottoihin 24 tunnin sisällä
- viikoittainen yhteydenpito Tilaajaan eri kampanjoiden tuloksista

Yhteyshenkilön vaihtuessa uutta henkilöä ei tule joutua perehdyttämään toimialaan eikä yhteistyökumppanuuteen Tilaajan puolesta. Mikäli nimetty yhteyshenkilö on poissa tai kiireinen, hänellä on nimetty sijainen, joka täyttää kaikki yllä esitetyt vaatimukset. Tilaajan yhteydenottoihin tulee vastata aina yhden työpäivän kuluessa.

Yhteistyötiimin toimenpiteiden hallinta:

Kokousten ja aktiivisen yhteydenpidon lisäksi vaaditaan raporttia, josta yhteistyötiimin jäsenet näkevät tulevat ja voimassa olevat sekä menneet kampanjat, niiden sisällöt, aineistotarpeet, määrääjat, budjetit, alkamisajat ja päätymiset. Raporttiin merkataan, kun kukin toimenpide on valmis, ja käynnissä olevia toimenpiteitä seurataan tuloksiin asti. Jokaisen tiimin jäsenen tulee nähdä raportin kautta mitä on tulossa ja mikä on oma tehtävä tuleviin toimenpiteisiin liittyen, jotta vältetään mm. tarkistelulta, epätietoisuudelta, kampanjoiden myöhästymisiltä ja epäselviltä sähköpostiketjuilta. Raportti voi olla esimerkiksi Excel-muotoinen raportti yhteisessä jaetussa ympäristössä, järjestelmä tai muu tapa, jossa osapuolet voivat tarkastella raporttia ja muokata sitä yhtäaikaaisesti. Sähköpostin välityksin toimitettavaa raporttia ei siten hyväksytä. Raportin muodosta, sisällöstä ja jakamisesta osapuolten sovitaan erikseen.

Yhteistyön välineenä tulee olla myös jatkuvasti päivittyvä ja ajantasainen dashboard, josta Tilaajan myynnin luvut ovat helposti nähtävissä ja tarkistettavissa yhdestä paikasta. Lisäksi vaaditaan reaaliaikaista dashboardia, josta voi seurata verkkokaupan myyntiä UTM-tägitettyjen kampanjoiden osalta. Myös kampanjoiden euromääräiset tulokset tulee voida nähdä yhdestä paikasta aina.

c) Palveluhinnasto ja sopimukseen sisältyvä vuosittainen markkinointikatto

Toimittaja liittää tarjoukseensa markkinointi- ja digituen palveluiden hinnaston.

Markkinointituotteiden ja -keinojen sekä markkinointiyhteyden osalta hinnaston tulee vastata Toimittajan yleistä ko. palveluita koskevaa hinnastoa.

Toimittajan tulee tarjouksessaan ilmoittaa vuosittainen summa, jonka arvosta se tarjoaa markkinointi- ja digitukipalveluita Tilaajalle veloituksetta (ns. markkinointikatto). **Toimittajan tarjoaman markkinointikatton tulee olla vähintään 50 000 euroa vuodessa.**

Tilaaaja päättää itse sopimuskauden aikana mitä markkinointi- ja digituen palveluita se hyödyntää myönnetyn summan arvosta. Summan ylittyessä Tilaaaja voi ostaa palveluita erikseen palveluhinnaston mukaisin hinnoin.

6. Henkilötietojen käsittely

Palvelutuotantoon liittyvien henkilötietojen käsittelyn tulee tapahtua EU/ETA-alueella. Henkilötietojen siirto EU/ETA-alueen ulkopuolelle edellyttää Tilaaajan kirjallista suostumusta. Ainoastaan anonymia dataa ja peruuttamattomasti anonymisoituja henkilötietoja saa siirtää ilman kirjallista ennakkolupaa EU-/ETA-alueen ulkopuolelle.