

Laatuvertailu (60 %)							Hinta (40 %)		Pisteet yhteensä	Sijitus
Tarjoaja	Henkilöstön referenssien laskennalliset pisteet	Henkilöstön referenssit, 20 p Eniten laskennallisia pisteitä saanut tarjoaja saa 20 pistettä ja muut tarjoajat suhteutetaan siihen kaavalla: (tarjoajan pisteet/ parhaat pisteet) x 20 pistettä = tarjoajan pisteet	Asiakkuuspääliikkeen pisteystettävien referenssien asiakastytyksyykselyiden laskennalliset pisteet	Asiakkuuspääliikkeen pisteystettävien referenssien asiakastytyksyykselyiden laskennalliset pisteet	Eniten laskennallisia pisteitä saanut tarjoaja saa 20 pistettä ja muut tarjoajat suhteutetaan siihen kaavalla: (tarjoajan pisteet/ parhaat pisteet) x 20 pistettä = tarjoajan pisteet	Markkinoinnin kehittämissuunnitelma, 20 p Eniten laskennallisia pisteitä saanut tarjoaja saa 20 pistettä ja muut tarjoajat suhteutetaan siihen kaavalla: (tarjoajan pisteet/ parhaat pisteet) x 20 pistettä = tarjoajan pisteet	Laatupisteet yhteensä (max. 60)	Kokonaisvertailuhinta	Kokonaisvertailuhinnan hintapisteet, 40 p Halvin tarjoaja saa 40 pistettä ja muut suhteutetaan siihen kaavalla: (halvin hinta/tarjoajan hinta) x 40 = tarjoajan pisteet	Sijitus
Ida Fram Oy	49	15,07692308	42	20	6,00	12	47,07692308	99 000,00 €	39,7979798	2.
Jatkotarina Oy	19	5,846153846	14	6,666666667	0	0	12,51282051	119 350,00 €	33,01214914	6.
Kari Media Group Oy	60	18,46153846	24	11,42857143	6,00	12	41,89010989	128 200,00 €	30,73322933	4.
Mainostoimisto SST Oy	65	20	36	17,14285714	6,00	12	49,14285714	98 500,00 €	40	1.
Markkinointiosakeyhtiö I2	63	19,38461538	40	19,04761905	10,00	20	58,43223443	141 000,00 €	27,94326241	3.
Tulus Oy	44	13,53846154	41	19,52380952	6,00	12	45,06227106	148 500,00 €	26,53198653	5.

Markkinoinnin kehittämissuunnitelman pisteytys

	1. Innostavat ja kohderyhmään vetoavat markkinointitoimenpiteet, joilla Vihdin kuntaa markkinoidaan asuinpaikkana A. perheenperustamisissä oleville ja B. lapsiperheille, jotka (A. ja B) eivät vielä asu Vihdissä (markkinointitoimenpiteinä käytettävissä somekampanjat, lehtijulkaisut, ulkomainonta Helsingissä, Espoossa ja Vantaalla)		2. Innostavat ja kohderyhmään vetoavat markkinointitoimenpiteet, joilla Vihdin kuntaa markkinoidaan asuinpaikkana A. seniori-ikäisille ja B. seniori-ikää lähestyville, jotka (A. ja B.) eivät vielä asu Vihdissä (markkinointitoimenpiteinä käytettävissä somekampanjat, lehtijulkaisut, ulkomainonta Helsingissä, Espoossa ja Vantaalla)		
	Sanallinen perustelu	Pisteet	Sanallinen perustelu	Pisteet	Pisteet yhteensä
Ida Fram Oy	Suunnitelma on tämän kohdan osalta hyvä. Arvioitava asia on kuvattu osittain selkeästi ja kattavasti, mutta markkinointisuunnitelman kuvaus on osittain yleisluonteinen. Suunnitelmassa on kuvattu markkinointitoimenpiteitä, mutta kuvaus jää niiden osalta osittain yleisluontoiseksi ja yltäosaiseksi, jonka myötä esitettujen markkinointitoimenpiteiden innostavuus ja kohderyhmään vetoavuus jää vain hyvälle tasolle. Suunnitelmaan on otettu mukaan hyvin esimerkkejä esitetyn konseptin jalkautuksesta. Arvioitava asia tuottaa osittain lisäarvoa Vihdin kunnalle.	3	Suunnitelma on tämän kohdan osalta hyvä. Arvioitava asia on kuvattu osittain selkeästi ja kattavasti, mutta markkinointisuunnitelman kuvaus on osittain yleisluonteinen. Suunnitelmassa on kuvattu markkinointitoimenpiteitä, mutta kuvaus jää niiden osalta osittain yleisluontoiseksi ja yltäosaiseksi, jonka myötä esitettujen markkinointitoimenpiteiden innostavuus ja kohderyhmään vetoavuus jää vain hyvälle tasolle. Suunnitelmaan on otettu mukaan hyvin esimerkkejä esitetyn konseptin jalkautuksesta. Arvioitava asia tuottaa osittain lisäarvoa Vihdin kunnalle.	3	6
Jatkotarina Oy	Ei kehittämissuunnitelmaa.	0	Ei kehittämissuunnitelmaa.	0	0
Kari Media Group Oy	Suunnitelma on tämän kohdan osalta hyvä. Arvioitava asia on kuvattu osittain selkeästi ja kattavasti, mutta markkinointisuunnitelman kuvaus on osittain yleisluonteinen. Suunnitelmassa on kuvattu markkinointitoimenpiteitä, mutta kuvaus jää niiden osalta osittain yleisluontoiseksi ja yltäosaiseksi, jonka myötä esitettujen markkinointitoimenpiteiden innostavuus ja kohderyhmään vetoavuus jää vain hyvälle tasolle. Suunnitelmaan on otettu mukaan hyvin esimerkkejä esitetyn konseptin jalkautuksesta. Arvioitava asia tuottaa osittain lisäarvoa Vihdin kunnalle.	3	Suunnitelma on tämän kohdan osalta hyvä. Arvioitava asia on kuvattu osittain selkeästi ja kattavasti, mutta markkinointisuunnitelman kuvaus on osittain yleisluonteinen. Suunnitelmassa on kuvattu markkinointitoimenpiteitä, mutta kuvaus jää niiden osalta osittain yleisluontoiseksi ja yltäosaiseksi, jonka myötä esitettujen markkinointitoimenpiteiden innostavuus ja kohderyhmään vetoavuus jää vain hyvälle tasolle. Suunnitelmaan on otettu mukaan hyvin esimerkkejä esitetyn konseptin jalkautuksesta. Arvioitava asia tuottaa osittain lisäarvoa Vihdin kunnalle.	3	6
Mainostoimisto SST Oy	Suunnitelma on tämän kohdan osalta hyvä. Arvioitava asia on kuvattu osittain selkeästi ja kattavasti, mutta markkinointisuunnitelman kuvaus on osittain yleisluonteinen. Suunnitelmassa on kuvattu markkinointitoimenpiteitä, mutta kuvaus jää niiden osalta osittain yleisluontoiseksi ja yltäosaiseksi, jonka myötä esitettujen markkinointitoimenpiteiden innostavuus ja kohderyhmään vetoavuus jää vain hyvälle tasolle. Suunnitelmaan on otettu mukaan hyvin esimerkkejä esitetyn konseptin jalkautuksesta. Arvioitava asia tuottaa osittain lisäarvoa Vihdin kunnalle.	3	Suunnitelma on tämän kohdan osalta hyvä. Arvioitava asia on kuvattu osittain selkeästi ja kattavasti, mutta markkinointisuunnitelman kuvaus on osittain yleisluonteinen. Suunnitelmassa on kuvattu markkinointitoimenpiteitä, mutta kuvaus jää niiden osalta osittain yleisluontoiseksi ja yltäosaiseksi, jonka myötä esitettujen markkinointitoimenpiteiden innostavuus ja kohderyhmään vetoavuus jää vain hyvälle tasolle. Suunnitelmaan on otettu mukaan hyvin esimerkkejä esitetyn konseptin jalkautuksesta. Arvioitava asia tuottaa osittain lisäarvoa Vihdin kunnalle.	3	6
Markkinointisakeyhtiö IZ	Suunnitelma on tämän kohdan osalta erinomainen. Arvioitava asia on kuvattu selkeästi ja kattavasti ja kaikki pisteytettävän kohdan seikat on huomioitu erinomaisesti. Suunnitelmassa on kuvattu erinomaisella tavalla esitettäviä markkinointitoimenpiteitä, ja esitetyt markkinointitoimenpiteet ovat innostavia ja kohderyhmään vetoavia ja ne on kuvattu selkeästi ja kattavasti ja kaikki pisteytettävän seikan kohdat on huomioitu. Arvioitavaan asiaan sisältyy olennaista lisäarvoa Vihdin kunnalle tuovia elementtejä.	5	Suunnitelma on tämän kohdan osalta erinomainen. Arvioitava asia on kuvattu selkeästi ja kattavasti ja kaikki pisteytettävän kohdan seikat on huomioitu erinomaisesti. Suunnitelmassa on kuvattu erinomaisella tavalla esitettäviä markkinointitoimenpiteitä, ja esitetyt markkinointitoimenpiteet ovat innostavia ja kohderyhmään vetoavia ja ne on kuvattu selkeästi ja kattavasti ja kaikki pisteytettävän seikan kohdat on huomioitu. Arvioitavaan asiaan sisältyy olennaista lisäarvoa Vihdin kunnalle tuovia elementtejä.	5	10
Tulus Oy	Suunnitelma on tämän kohdan osalta hyvä. Arvioitava asia on kuvattu osittain selkeästi ja kattavasti, mutta markkinointisuunnitelman kuvaus on osittain yleisluonteinen. Suunnitelmassa on kuvattu markkinointitoimenpiteitä, mutta kuvaus jää niiden osalta osittain yleisluontoiseksi ja yltäosaiseksi, jonka myötä esitettujen markkinointitoimenpiteiden innostavuus ja kohderyhmään vetoavuus jää vain hyvälle tasolle. Suunnitelmaan on otettu mukaan hyvin esimerkkejä esitetyn konseptin jalkautuksesta. Arvioitava asia tuottaa osittain lisäarvoa Vihdin kunnalle.	3	Suunnitelma on tämän kohdan osalta hyvä. Arvioitava asia on kuvattu osittain selkeästi ja kattavasti, mutta markkinointisuunnitelman kuvaus on osittain yleisluonteinen. Suunnitelmassa on kuvattu markkinointitoimenpiteitä, mutta kuvaus jää niiden osalta osittain yleisluontoiseksi ja yltäosaiseksi, jonka myötä esitettujen markkinointitoimenpiteiden innostavuus ja kohderyhmään vetoavuus jää vain hyvälle tasolle. Suunnitelmaan on otettu mukaan hyvin esimerkkejä esitetyn konseptin jalkautuksesta. Arvioitava asia tuottaa osittain lisäarvoa Vihdin kunnalle.	3	6