

	Compass Group Finland Oy		PP Kahvilat Oy		Vinedu Oy	
HINTA						
OSIO 1.		561,20 €		662,10 €		685,50 €
Ostoskori hintapisteeet (max 20)		20		16,95		16,37
OSIO 2		82,00 €		155,50 €		176,25 €
Kokouspaketit hintapisteeet (max 20)		20		10,55		9,3
OSIO 3		3 510,00 €		4 900,00 €		3 630,00 €
Vuokra hintapisteeet (max 20)		14,33		20		14,82
Hintavertailupisteet yhteensä (max 60 pistettä)		54,33		47,50		40,49
LAATU	Perustelut	Pisteet	Perustelut	Pisteet	Perustelut	Pisteet
1. Kahvilan liiketoimintasuunnitelma ja konseptin soveltuvuus pääkirjasto Metson toimintaan (max 7 pistettä)	Liiketoimintasuunnitelma on selkeä, realistinen ja kattava. Toiminnan taloudelliset näkökohdat, kannattavuus ja riskienhallinta on otettu huomioon vakuuttavasti. Selvästi pääkirjasto Metsoon räätälöity konsepti tukee poikkeuksellisen vahvasti kirjaston toimintaa, tapahtumatuotantoa, strategisia tavoitteita, tunnelmaa ja asiakaskokemusta. Suunnitelmassa on selkeästi erottuvaa lisäarvoa, vahvaa konseptijätelua ja pitkän aikavälin kehityspotentiaalia.		Liiketoimintasuunnitelma on yleisluonteinen ja vastaa perusvaatimuksiin, mutta ei osoita erityistä Metson toimintaan kohdistuvaa lisäarvoa. Kahvilakonsepti on vaikuttaa yleiskahvilalle laadittu; kirjaston erityisluonnetta, asiakasryhmiä tai toimintaa ei ole adosti otettu huomioon. Pitkäjänteinen kehittäminen tai konseptin istuvuus julkiseen kulttuuriilaan ei tule selkeästi esiin.		Liiketoimintasuunnitelma on selkeä, realistinen ja kattava. Toiminnan taloudelliset näkökohdat, kannattavuus ja riskienhallinta on otettu huomioon vakuuttavasti. Selvästi pääkirjasto Metsoon räätälöity konsepti tukee poikkeuksellisen vahvasti kirjaston toimintaa, tapahtumatuotantoa, strategisia tavoitteita, tunnelmaa ja asiakaskokemusta. Suunnitelmassa on selkeästi erottuvaa lisäarvoa, vahvaa konseptijätelua ja pitkän aikavälin kehityspotentiaalia.	
2. Markkinointisuunnitelma (max 7 pistettä)	Markkinointisuunnitelma on erityisen selkeä, perusteltu ja realistinen, ja se osoittaa vahvaa ymmärrystä pääkirjasto Metson toimintaympäristöstä ja asiakaskunnasta. Markkinointitoimenpiteet on kohdennettu selkeästi käyttäjäryhmillle. Markkinointikanavat ja -toimenpiteet on kuvattu konkreettisesti ja monipuolisesti ja ne soveltuvat erityisesti kirjastoympäristöön. Markkinointi tukee pitkäjänteisesti kahvilan tunnettua ja istuvuutta osaksi pääkirjastoa.		Markkinointisuunnitelma on hyvin yleisluonteinen. Kohderyhmiä ei ole tunnistettu. Suunnitelma ei sisällä selkeää markkina-analysyä tai erottautumista. Markkinointikanavia ja -toimenpiteitä ei ole kuvattu konkreettisesti, tai ne eivät sovellu kirjastoympäristöön. Suunnitelma ei kuvaa, miten kahvilan palvelut tehdään tunnetuiksi kahvila- /kirjastoympäristössä tai muissa kanavissa.		Markkinointisuunnitelma on erityisen selkeä, perusteltu ja realistinen, ja se osoittaa vahvaa ymmärrystä pääkirjasto Metson toimintaympäristöstä ja asiakaskunnasta. Markkinointitoimenpiteet on kohdennettu selkeästi käyttäjäryhmillle. Markkinointikanavat ja -toimenpiteet on kuvattu konkreettisesti ja monipuolisesti ja ne soveltuvat erityisesti kirjastoympäristöön. Markkinointi tukee pitkäjänteisesti kahvilan tunnettua ja istuvuutta osaksi pääkirjastoa.	
3. Palvelun sujuvuus arjessa (max 7 pistettä)	Palvelun arjen toiminta on kuvattu tarjouksessa yksityiskohtaisesti. Keskeiset palvelutilanteet on suunniteltu tehokkaiksi ja joustaviksi. Tarjoaja osoittaa ymmärtävänsä kirjastoympäristön rytmin sekä kuvaa selkeästi varautumisen ruuhkiin, hiljaisiin aikoihin, tapahtumiin ja poikkeustilanteisiin sekä henkilöstöresursoinnin että tarjonnan ja tilausten suunnittelu osalta.		Kuvaus palvelun toiminnasta tarjouksessa on ylätasoinen eikä tarjoa selkeää käsitystä käytännön sujuvuudesta kirjastoympäristössä.		Palvelun arjen toiminta on kuvattu tarjouksessa yksityiskohtaisesti. Keskeiset palvelutilanteet on suunniteltu tehokkaiksi ja joustaviksi. Tarjoaja osoittaa ymmärtävänsä kirjastoympäristön rytmin sekä kuvaa selkeästi varautumisen ruuhkiin, hiljaisiin aikoihin, tapahtumiin ja poikkeustilanteisiin sekä henkilöstöresursoinnin että tarjonnan ja tilausten suunnittelu osalta.	
4. Yhteistyö tilaajan kanssa sopimuskaudella (max 3 pistettä)	Tarjoajalla on erinomainen valmius seurata palvelun toimivuutta ja reagoida muuttuviin aukioloaikoihin tai erityistilanteisiin. Tarjouksessa esitetään konkreettisesti, miten tarjoiija toteutetaan kirjastossa järjestettävien kokouksiin, juhliin ja yleisötapahtumiin.		Tarjoajalla on valmius seurata palvelun toimivuutta ja reagoida muuttuviin aukioloaikoihin tai erityistilanteisiin, mutta yhteistyön käynnöt kuvataan yleisluonteisesti.		Tarjoajalla on erinomainen valmius seurata palvelun toimivuutta ja reagoida muuttuviin aukioloaikoihin tai erityistilanteisiin. Tarjouksessa esitetään konkreettisesti, miten tarjoiija toteutetaan kirjastossa järjestettävien kokouksiin, juhliin ja yleisötapahtumiin.	
5. Markkinahintaan nähden selvästi edullisempina tarjottuja tuotteita (ei-hävikkituotteita) (max 3 pistettä)	Tarjouksessa on kuvattu useita huolellisesti valikoituja tuotteita tai tuotetyyppejä, joita tarjotaan pysyvästi koko sopimuskauden ajan markkinahintaan nähden selvästi edullisempina.		Edullisten tuotteiden tarjoaminen on mainittu tarjouksessa epämääräisesti ilman selkeää toteutusmallia.		Tarjouksessa on kuvattu useita huolellisesti valikoituja tuotteita tai tuotetyyppejä, joita tarjotaan pysyvästi koko sopimuskauden ajan markkinahintaan nähden selvästi edullisempina.	
6. Tuotteen määrään perustuvaa hinnoittelua (max 3 pistettä)	Kahvilassa on pysyvästi tarjolla sekä punnittavia tuotteita, joita asiakas voi itse vapaasti annostella haluamansa määrän, että useita erikokoisia ja -hintaisia annoksia, joista asiakas voi valita.		Kahvilassa on pysyvästi tarjolla joko punnittavia tuotteita, joita asiakas voi itse vapaasti annostella haluamansa määrän, tai useita erikokoisia ja -hintaisia annoksia, joista asiakas voi valita.		Kahvilassa on pysyvästi tarjolla sekä punnittavia tuotteita, joita asiakas voi itse vapaasti annostella haluamansa määrän, että useita erikokoisia ja -hintaisia annoksia, joista asiakas voi valita.	
7. Edullisten vaihtoehtojen markkinointia asiakkaille (max 3 pistettä)	Tarjouksessa esitetään houkuttelevia ja konkreettisia keinoja, joilla edulliset vaihtoehtot tai tarjoukset nostetaan näkyvästi esiin kahvilan arjessa ja viestinnässä.		Edullisten vaihtoehtojen markkinointi on vähäistä tai mainittu tarjouksessa epämääräisesti ilman selkeää toteutustapaa.		Tarjouksessa esitetään houkuttelevia ja konkreettisia keinoja, joilla edulliset vaihtoehtot tai tarjoukset nostetaan näkyvästi esiin kahvilan arjessa ja viestinnässä.	
8. Pakettitarjouksia tms. kokonaisedullisia hinnoittelumalleja (max 3 pistettä)	Tarjouksessa on kuvattu yksi tai useampi helposti ymmärrettävä kokonaisedullinen hinnoittelumalli, joka on käytössä sekä pysyvästi että kampanjaluonteisesti kahvilassa.		Ei pakettitarjouksia, paljousalennuksia tai muita vastaavia kokonaisedullisia hinnoittelumalleja.		Tarjouksessa on kuvattu yksi tai useampi helposti ymmärrettävä kokonaisedullinen hinnoittelumalli, joka on käytössä sekä pysyvästi että kampanjaluonteisesti kahvilassa.	
Laatuvertailupisteet yhteensä (max 40 pistettä)		40		11		40
VERTAILUPISTEEET YHTEENSÄ		94,33		58,50		80,49
Sija		1		3		2