

Identifiera vad ni vill uppnå – och hitta den byrå som tar er dit

Att upphandla konsulttjänster inom kommunikation kan upplevas svårt. Byråtyperna är många och nya roller skapas i takt med att medielandskapet förändras. Genom att planera i god tid och tänka igenom vad ni vill uppnå med upphandlingen ökar ni möjligheten till att den kommer att ge rätt resultat. Det gör också upphandlingsprocessen mer effektiv.

Följande rekommendationer i tre steg syftar till att stötta er i den inledande och viktigaste fasen av att hitta rätt byrå.

1. IDENTIFIERA VAD NI VILL UPPNÅ

Det är lätt att hamna i den operativa frågeställningen: vad ska byrån göra? Istället för i den strategiska frågeställningen: vad vill vi uppnå? Era övergripande mål styr vilken typ av byrå och vilka typer av roller som kommer att kunna hjälpa er bäst.

Ställ frågor som:

- Vilka är vår verksamhets viktigaste mål de kommande X åren?
- Vilka konkreta behov och problem har vi som kommunikationen ska lösa? Ska den öka kännedom, skapa attitydförändringar, stärka varumärket, få relevanta priser i medieförhandlingar eller kanske en kombination av olika målsättningar?
- Vilka etiska frågor och värderingar är viktiga för oss att upprätthålla/stärka?

2. SÄTT RAMAR

Utöver målsättningar och önskad uppnådd effekt kan faktorer som budget och omfattning också styra vilken typ av byrå som lämpar sig för er verksamhet/ert uppdrag.

Ställ frågor som:

- Vad har vi kommunikativt "på plats redan" som byrån behöver ta hänsyn till?
- Vad ska byråns kommunikativa ansvarsområden vara och vad sköter vi internt?
- Vilka andra byråer har vi som vi vill att nya byrån ska samarbeta med?

- Hur stor uppdragsgivare vill vi vara i förhållande till byråstorlek? Hur ser vår estimerade budget ut för strategi/analys, media, produktion och arvode?

3. HITTA RELEVANTA BYRÅKANDIDATER

När ni har identifierat vad ni vill uppnå och formulerat uppdragets ramar är det dags att hitta rätt byråtyp som tar er dit ni vill.

Ställ frågor som:

- Hur ska det kommande byråsamarbetet stötta oss i det vi vill uppnå?
- Vilken kunskap behöver byrån därmed ha?
- Vilka roller kommer vi därmed att ha behov av?
- Vilken kapacitet behöver byrån ha (själv och via underleverantörer)?
- Hur ser vi till att byråns förmåga att uppnå dessa önskade effekter viktas högt i vår utvärdering?
- Är geografisk närhet viktigt i byråvalet?

Genom Sveriges Mediebyråers medlemsregister kan ni enkelt hitta och kontakta byråer som är medlemmar i SMB. Dessa byråer uppfyller de krav på transparens och kunskap som SMB ställer på sina medlemmar.

MEDLEMSREGISTER

<https://www.sverigesmediebyraer.se/medlemmar>