

ANBU DSFÖRFRÅGAN

UPPPDRAG ATT GENOMFÖRA DOOR2DOOR OCH FIELD MARKETING FÖR DIAKONIA

Biståndsorganisationen Diakonia söker en extern samarbetspartner för att värva fler privata månadsgivare till organisationen så att vi kan fortsätta vårt arbete för en rättvis, jämlik och hållbar värld. Vi lägger stor vikt vid tidigare erfarenheter av arbete med Door2Door samt Field Marketing för idéburna eller insamlingsinriktade organisationer.

Vi vill att våra månadsgivare ska känna att tillsammans med oss bidrar de till att skapa en bättre värld.

1. Introduktion

1.1 Bakgrund

Diakonia är en av Sveriges tio största biståndsorganisationer, sett till total omsättning, men intäkterna från privata givare i Sverige är jämförelsevis låg. Vi arbetar strategiskt för att diversifiera intäkterna. I linje med detta ligger att öka andelen insamlade medel från privatpersoner i Sverige. Därför söker vi nu ett långsiktigt och omfattande samarbete med en byrå som ska värva månadsgivare genom field marketingaktiviteter.

Vårt profilprojekt är *Cykelprojektet*, ett jämställdhetsarbete i Bangladesh där flickor lär sig att cykla, som ett medel att få utökad frihet och kunna avsluta sin skolgång. Detta koncept har vi arbetat med i tidigare field marketingkampanjer och vi vill att cykelprojektet även fortsättningsvis ska stå i centrum för field marketingvärningen.

1.2 Anbudets upplägg

Diakonia önskar att leverantörer i sina anbud följer strukturen och frågeställningarna i kapitel 4 i Terms of Reference, gärna med tydliga hänvisningar till rubrikernas titlar/ numrering. Detta för att möjliggöra en rättvis jämförelse mellan olika leverantörers anbud. Avsikten är att Diakonia skall kunna välja det anbud som ger den totalt sett bästa lösningen för Diakonia sett ur såväl ett ekonomiskt som funktionellt perspektiv.

Anbudet ska tydligt klargöra eventuella antaganden som gjorts.

1.3 Form och tidplan för respons

Ert anbud inklusive eventuella bilagor måste inkomma till Diakonia senast 2022-01-17 kl. 12.00.

Vänligen skicka ert svar till:

mia.arvidsson@diakonia.se

Vi avser att skriva avtal i början av februari.

För eventuella frågor, vänliga kontakta Mia Arvidsson per mejl.

Kontaktperson är Mia Arvidsson,

telefon: +46 (0)70 758 27 21

e-post: mia.arvidsson@diakonia.se

2. Om Diakonia

2.1 Det här gör vi

Diakonia arbetar med långsiktigt bistånd. Vår vision är en rättvis, jämlik och hållbar värld. Tillsammans med omkring 400 lokala organisationer i 26 länder driver vi projekt för att människor själva ska kunna ta sig ur fattigdom och förtryck.

2.2 Så arbetar vi

Diakonia driver som regel inga egna biståndsprojekt utan vi stöttar istället lokala organisationer. Vi arbetar utifrån feministiska principer och baserat på mänskliga rättigheter. Ofta stödjer vi en organisation i sin helhet, framför en isolerad insats.

Några ledord:

- **Solidaritet:** För Diakonia är solidaritet en grundläggande del av vår institutionella identitet och en nyckel till hur vi förstår mänskliga relationer. Vi ser det som vårt uppdrag att vandra tillsammans med rättighetsbärare, samarbetsorganisationer och andra goda krafter för att i praktisk handling visa att vi tillsammans utgör en kraftfull rörelse där alla kämpar för en bättre värld.
- **Rättvisa:** Diakonia ser grunden till förtryck och fattigdom som en rättvisefråga. Vi arbetar för rättvisa samhällen och strukturer där varje människa kan åtnjuta sin frihet och sina mänskliga rättigheter utan att diskrimineras.

- **Mod:** Tillsammans med andra står Diakonia upp mot förtryckande krafter och maktstrukturer. Gemensamt utmanar vi maktens privilegier och arbetar för frihet, rättvisa, upprättelse, fred och försoning. Diakonia går in i det arbetet medvetna om att det ofta är riskfyllt och kräver mod.
- **Åtagande:** När människor är medvetna om sina rättigheter, organiserar sig och tillsammans ställer krav är det möjligt att förändra världen. Den processen tar många gånger lång tid och kräver ett långsiktigt åtagande, uppoffringar och hårt arbete. Ofta är dessa processer varken förutsägbara eller linjära. Diakonia arbetar därför med långa perspektiv och med siktet tydligt inställt på vår vision om en rättvis, jämlik och hållbar värld.
- **Ansvar:** Diakonias uppdrag innebär ett stort ansvar gentemot rättighetsbärare, samarbetsorganisationer, givare och våra huvudmän. Diakonia har därför ett transparent arbetssätt, tar ansvar för de resurser som tilldelats oss och redovisar de resultat vi bidrar till och själva åstadkommer. Vi ställer också beslutsfattare och andra makthavare till svars och håller dem ansvariga för sina handlingar.

2.3 Organisation

Diakonia har sitt huvudkontor i Sverige (Alvik) samt regionkontor i Asien, Afrika, Latinamerika och Mellanöstern. Vi har också lokala kontor i de flesta av de länder där vi bedriver utvecklingsbistånd.

Den största delen av vår personal är lokalt anställd. Detta ger oss den starka förankring och långsiktighet som är nödvändig för att – tillsammans med våra lokala samarbetsorganisationer – åstadkomma hållbar förändring.

Vår organisation är decentraliserad, och styrning och stöd utgår från huvudkontoret. På huvudkontoret samordnas också globala kommunikationsinsatser såsom webbplatsen.

2020 hade Diakonia 283 anställda, varav 56 i Sverige. Vår totala omsättning uppgick till 510 Msek. Våra kostnader fördelade sig så att 92 procent används för vår biståndsverksamhet medan resterande 8 procent används för att täcka insamlingskostnader och övergripande administrationskostnader. Mer information finns i vår årsredovisning på www.diakonia.se

Diakonia är en svenskregistrerad ideell förening, varför svensk lagstiftning gäller i legala spörsmål. Diakonia omfattas inte av lagen om offentlig upphandling, vilket innebär att det inte är möjligt att överklaga Diakonias beslut. Diakonia är inte heller bundet att tillkänna upphandlingsdokumentationen vid upphandlingsprocessens slut.

3. Uppdragsbeskrivning

3.1 Syfte och mål

Att under 2022 genomföra field marketingaktiviteter för Diakonia med målet att rekrytera kvalitativa månadsgivare till organisationen. Vi ser gärna att man prioriterar Door2Door som metod men att man vid behov har möjlighet att ändra till field marketing. Vi ser gärna ett längre samarbete där rekryteringen pågår under minst 9 av årets 12 månader, med möjlighet till förlängning efter denna period.

Vi söker en byrå som tar ett helhetsansvar för field marketingaktiviteterna- från rekrytering till dess att givaren kommit in i Diakonias CRM-system. Vi vill tillsammans arbeta fram ett vinnande koncept för kampanjen med utgångspunkt från vårt profilprojekt, *Cykelprojektet*. Rekryterarnas huvudsakliga uppgift är att på ett trevligt sätt rekrytera nya månadsgivare på 200 kr/månad.

3.2 Tidsram

- Anbud senast inkommen; 2022-01-17, specificera hur länge anbud är giltigt
- Kontraktsskrivning; februari
- Kampanjstart; snarast möjligt, senast i mars.

3.3 Leverans

Minst 1300 netto månadsgivare. Antal kan diskuteras vid ett senare skede beroende på CPO och betalningsmodell.

3.5 Diakonias miljöpolicy

Vi väljer alltid material, metoder och processer som stöttar hållbar miljö- och utveckling samt mänskliga rättigheter. Detta måste även våra leverantörer förhålla sig till.

Läs mer om vår miljöpolicy på

<https://www.diakonia.se/materialbank/organisation/miljopolicy/>

4. Ert Förslag

Vänligen beskriv övergripande ert förslag till process samt lista huvudkomponenterna som sammanfattar lösningen. Redogör kortfattat för hur ett eventuellt uppdrag skulle genomföras;

- Sammanfatta hur ni vill arbeta för att säkerställa att det är kvalitativa månadsgivare som rekryteras.
- Redogör kort för hur ni skulle rekommendera bemanning från er. Beskriv också eventuella beroenden till tredjepartsleverantörer, partnerskap/relationer.

- Utförande av telefonsamtal i form av välkomstsamtal/justering av kontaktuppgifter/rättelse av autogiro.
- Har ni teknisk lösning för e-signering.
- Redogör hur, och om, ni rekryterar utanför Stockholmsområdet. Redogör också om detta på något sätt påverkar det totala priset.

5. Leverantörsinformation

5.1 Anbudsgivarens kontaktperson

Diakonia vill att anbudsgivaren uppger en kontaktperson.

5.2 Organisation och finansiell ställning

En anbudsgivare kommer att uteslutas ur upphandlingen om det visar sig att denne befinner sig i någon form av ekonomiskt obestånd (underskriven Confirmation of Eligibility dokument).

Beskriv kortfattat er verksamhet, kort historik, ägarförhållanden, erfarenheter, eventuell inriktning, organisation, antal kunder, eventuella certifieringar samt redogör för anbudsgivarens finansiella ställning, till exempel genom att bifoga er senaste reviderade årsredovisning. Diakonia kan komma att begära in kompletterande uppgifter.

5.3 Liknande uppdrag

Beskriv vilken erfarenhet ni har av liknande uppdrag (max två) utförda för till exempel idéburna eller insamlingsinriktade organisationer. Beskriv vad detta (dessa) uppdrag omfattade, vad ert arbete bestod i och vad uppdraget resulterade i. Diakonia kan komma att kontakta referenspersoner för dessa uppdrag.

5.4 Arbetsmetodik och rutiner

Diakonia vill att anbudsgivaren kortfattat beskriver hur man kvalitetssäkrar sina uppdrag. Beskriv gärna er arbetsmetodik och hur den interna processen ser ut från uppdragsstart, strategi, idéarbete, presentation av arbete, till produktion, tester och leverans samt, i förekommande fall, utvärdering av uppdraget.

5.5 Bredd i tjänsteutbud (tjänste-/kompetensområden)

Beskriv de tjänster och kompetenser som erbjuds/ finns inom byrån och vilken erfarenhet dessa kompetenser har. I det fall kompetensbehovet täcks av underleverantör, ange detta och namnge den underleverantör som används. Diakonia arbetar efter feministiska principer och ser gärna att detta återspeglar sig i kompetensen.

5.6 Kreativ förmåga

Kreativ förmåga är ett subjektivt begrepp. Beskriv kortfattat vad ni själva ser som "kreativ förmåga" och om ni har en "kreativ filosofi".

5.7 Principer för prissättning, prisnivå

Beskriv vilka principer ni tillämpar för prissättning och debitering, hur ni tar betalt för olika arbetsmoment, för era olika kompetenser (kompetensområden) och för materialkostnader, samt vad ni har för rutiner kring offerera, debitering och betalning. Ange om ni har påslag på externa inköp som t ex. tryck. Ange också i vilken utsträckning ni kan tänka er att använda reducerad taxa för oss som ideell organisation.

6. Värdegrund

6.1 Diakonias värdegrund

Diakonia önskar att anbudsgivaren gör en kort kommentar till Diakonias värdegrund (www.diakonia.se) om allas lika värde och nämner om anbudsgivaren eller någon/några av dess befintliga kunder skulle kunna anses ha en värdegrund som står i skarp motsättning till Diakonias.

Samtliga uppdrag för Diakonia omfattas av organisationens antikorrupsionsregler.

6.2 Byråns värderingar

Beskriv kortfattat vilka värderingar som ni tycker genomsyrar er organisation och vad som är viktigt för er i ert arbete.

6.3 Synen på hur ett väl fungerande samarbete ser ut

Beskriv kortfattat vad ni ser är viktigt för att få ett väl fungerande samarbete med era uppdragsgivare och hur ni tycker att ett bra samarbete ska vara, sett ur ert perspektiv. Här ber vi er lämna två kundreferenser, som vi kan ringa upp med några frågor kring hur de upplever ert samarbete med avseende på t ex. tillgänglighet, service, leveranssäkerhet, tidhållning, prisvärdhet, etc.

6.4 Miljö

Redovisa kortfattat er miljöpolicy, alternativt beskriv hur ni arbetar för att bidra till ett hållbart samhälle.

6.5 Jämställdhetsplan

Redovisa kortfattat er jämställdhetsplan.

6.6 Kollektivavtal

Redovisa kortfattat ert kollektivavtal/era anställnings- och lönevillkor.

7. Tidplan och estimat

Redogör för hur ni ser en realistisk tidplan och ett estimat på de insatser som krävs baserat på era tidigare projekt. Om ni planerar att använda er av partners, lista vilka som kan bli relevanta för detta projekt.

8. Kostnad

Beskriv kostnaderna utifrån punktlisorna nedan. Ange engångskostnader, variabler och återkommande kostnader för samtliga områden.

Ange om, eller i, vilken utsträckning ni kan använda reducerad taxa eftersom Diakonia inte är en vinstdrivande organisation och därför inte kan göra avdrag för moms.

- Strategi och koncept
- Material
- Eventuella res- eller andra tillkommande kostnader.
- Total kostnad för 1300 rekryterade månadsgivare
- CPO
- Betalningsmodell

9. Bilagor

Bilaga 1: Code of Conduct

Bilaga 2: Eligibility Confirmation