

LIHTHANKE KUTSE

Kultuuriministeerium (edaspidi *hankija*) teeb Teile (edaspidi *pakkuja*) ettepaneku esitada pakkumus „Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia auditi ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat“ tellimiseks vastavalt lihthanke kutses (edaspidi *kutse*) esitatud tingimustele. Lihthanke eesmärgiks on hankelepingu (edaspidi *leping*) sõlmimine, mille ese on täpsemalt kirjeldatud kutse punktis 2.

Lihthanke nimetus	Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia auditi ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat
Hankija	Kultuuriministeerium, registrikood 70000941, Suur-Karja 23, 10146, Tallinn
Pakkumise esitamise aeg ja koht	7.11.2025, Ingrid Kuningas, ingrid.kuningas@kul.ee
Pakkumuse jõusoleku aeg	Kuni 13.11.2025.
Lihthanke eest vastutav isik ja lepingu täitmise eest vastutav isik	Kommunikatsiooni- ja rahvusvahelise koostöö osakonna sotsiaalmeedia peaspetsialist Ingrid Kuningas; ingrid.kuningas@kul.ee

1. Tehniline kirjeldus

- 1.1. Lihthanke esemeks on Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia auditi ja sotsiaalmeedia koostamine, mis hõlmab muuhulgas teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat.
- 1.2. Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia auditi eesmärk on hinnata ja analüüsida praeguste sotsiaalmeedia kanalite tõhusust ja edukust ning seejärel kirjeldada lahti võimalused sotsiaalmeedia kanalite optimeerimiseks tulevikus.
- 1.3. Sotsiaalmeedia strateegia eesmärgiks on määratleda selged suunised ja tegevuskavad, et parandada Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia kanalite tuntust, usaldusväärsust, *online* kaasahaaratust ja *offline* kaasatust sihtrühmade seas.

1.4. Auditile esitavad nõuded:

- 1.4.1. Pakkuja viib läbi Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia kanalite auditi vastavalt tellija seatud eesmärkidele ja nõuetele.
- 1.4.2. Pakkuja peab analüüsima punktis Kultuuriministeeriumile kuuluvaid sotsiaalmeedia kanaleid ühe aasta jooksul tagasiulatuvalt (lihthankele eelnevat 365 päeva):
 - 1.4.2.1. Facebooki kanal: <https://www.facebook.com/Kultuuriministeerium>
 - 1.4.2.2. Instagram kanal: https://www.instagram.com/estonian_culture_abroad/
 - 1.4.2.3. LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/kultuuriministeerium>
- 1.4.3. Audit peab sisaldama järgmisi osiseid:
 - 1.4.3.1. Sihtgrupi analüüs, sh sihtgruppide välja selgitamine, määratlus, demograafilised näitajad ja jälgijate karakteristikad.
 - 1.4.3.2. Postituste sageduse ja ajakohasuse analüüs, sh postituste avaldamise sagedus, parimad ajad postitamiseks.
 - 1.4.3.3. Postituste sisu tüüpide analüüs, sh sisuvormingud (tekst, pildid, videod, lingid), nende kvaliteet ja mõju.
 - 1.4.3.4. Postituste kvaliteedi ja asjakohasuse hindamise analüüs, sh kas sisu on täpne, kõnetav, usaldusväärne ja ajakohane.

- 1.4.3.5. Kaasatuse analüüs, sh kaasatuse määr (*like*'id, kommentaarid, jagamised) ja nende analüüs postituste mõju hindamiseks.
- 1.4.3.6. Postituste järjepidevus ja ühtsus valitsusasutuste visuaalse identiteedi perspektiivist.
- 1.4.3.7. Eeskujude analüüs - võrdlus teiste avaliku sektori asutuste edukate sotsiaalmeedia kanalitega.
 - 1.4.3.7.1. Sealhulgas Instagrami puhul teha analüüs nii, et seda on võrreldud teiste riikide välismaal tegutsevate kultuuriesinduskanalitega. Lisaks ka analüüsida, kas Instagram on kõige edukam sotsiaalmeedia kanalitest tõstmaks esile eesti kultuuri tuntust välismaa sihtriikides (Saksamaa, Belgia, Soome, USA, Prantsusmaa, Inglismaa).
- 1.4.3.8. Kultuuri kõnetatavus noorte seas – Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia roll, puudujäägid ja potentsiaal eesti noorte kultuurihuvi kasvatamisel.
- 1.4.3.9. Mõõdikute analüüs, sh sotsiaalmeedia kanalite tegevuse mõõtmine (sh *engagement rate*, jälgijate arvu kasv, kaasatus) ja nende tulemuslikkuse hindamine.

1.5. Strateegiale esitatavad nõuded:

- 1.5.1. Strateegia on koostatud viisil, mis võimaldab rakendada Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia kanalite täit potentsiaali. Strateegia aitab lähiaastate perspektiivis:
 - 1.5.1.1. Kultuuriministeeriumil saavutada oma sotsiaalmeediaga tuntust, kasulikkust ja usaldusväärset avalikkuse ees.
 - 1.5.1.2. Märkimisväärselt suurendada sihtrühmade seas:
 - jälgijate arvu Kultuuriministeeriumil sotsiaalmeedia kontodele.
 - teadlikkust erinevatele Kultuuriministeeriumi uudistele, teenustele, toetustele, töökuulutustele, muudatustele ja üritustele, mida Kultuuriministeeriumi korraldab.
 - kaasahaaratust (*online engagement*) ja kaasatust (*offline public participation*) üritustele, tagasisidestamistele, aruteludele jms kultuurivaldkonnas toimuvatele sündmustele.
- 1.5.2. Strateegia koostamise eeltingimus: Strateegia ei tohi põhineda tasulistel turundustarkvara lahendustel. Esile võib tuua tarkvaralahendusi, millel on tasuta versioonid.
- 1.5.3. Strateegia peab sisaldama järgmist:
 - 1.5.3.1. Pakkuja peab lisama strateegiasse ettepanekuid või lahenduskäike sotsiaalmeedia sisu osas – nii visuaalsele kui ka tekstilisele sisule.
 - 1.5.3.2. Sotsiaalmeedia strateegiasse tuleb lisada näiteid parimatest praktikatest, kus on valitud eeskujudeks kanalid, milleks on teised sotsiaalmeedias edukad avaliku sektori asutused. Sealhulgas peab esile tooma, miks on nad edukad ja looma esitluse praktilistest meetoditest, kuidas neist eeskuju võtta.
 - 1.5.3.2.1. Instagrami puhul on strateegias vaja lähtuda sellest, et praeguse üldkonto asemele võivad tulla välisriigispetsiifilised (Saksamaa, Belgia, Soome, USA, Prantsusmaa, Inglismaa) Instagrami kontod, mis täidavad sama ülesannet, ent vajavad samuti strateegiat. Samas tuleb hankijal auditi analüüsi põhjal järeldada, kas Instagram on kõigis sihtriikides kõige optimaalsem sotsiaalmeedia kanal.
 - 1.5.3.3. Strateegias tuleb eraldi luua plaan sotsiaalmeedia lahendustest ja meetoditest, mis võimaldaksid Kultuuriministeeriumil otse (või kaudselt oma allasutuste kaudu) suurendada noorte huvi eesti kultuurisündmuste (eesti teater, eesti muuseum, eesti kontsert, eesti sport jt) vastu.
 - 1.5.3.4. Pakkuja peab andma strateegias ülevaate sobivatest tulemusmõõdikutest ja tasuta analüütika tööriistadest, mis võimaldavad sotsiaalmeedia tegevuste tulemuslikkust pidevalt jälgida ja analüüsida, sh kvartaalsete või aastaste raportite

koostamise raames. Tööriistad peavad olema kohased iga kanali jaoks ning vastama Kultuuriministeeriumi vajadustele. Tuleb kirjeldada, milliseid võtmemöödikuid (nt jälgijate kasv, postituste levik, kaasamise määr, klikkide arv, reaktsioonide ja kommentaaride arv) soovitatakse tulevaste tegevuste analüüsimiseks kasutada ning põhjendada, miks just need möödikud on olulised. Samuti tuleb välja pakkuda meetodika, kuidas andmete põhjal tegevusi kohendada ja arendada.

- 1.5.3.5. Strateegias tuleb käsitleda peamiselt orgaanilisi meetmeid; rahalisi lahendusi peab saama orgaanilistest lahendustest tuletada.

1.5.4. Meeskonnale esitatavad nõuded:

- 1.5.4.1. Sotsiaalmeedia auditit läbiviivatel spetsialistidel peab olema tugev andmeanalüüsi oskus ja loovus, strateegiline ning kriitiline mõtlemine ja probleemide lahendamise võime. Tehnilised oskused erinevate sotsiaalmeedia platvormide ja analüütika tööriistade kasutamisel on samuti olulised. Täpsemalt peab pakkuja looma hankijale meeskonna, kus:
- 1.5.4.1.1. On vähemalt üks sotsiaalmeedia spetsialist, kellel on vähemalt kolm aastat töökogemust sotsiaalmeedia sisuloome, haldamise ja analüütikaga.
- 1.5.4.1.2. On vähemalt üks turundusstrateeg, kellel on vähemalt viis aastat kogemust turundusstrateegina, mille jooksul ta on juhtinud ja osalenud digiturunduse auditite ning strateegiate koostamisel.
- 1.5.4.1.3. Meeskonna liikmetel on eesti ja inglise keele oskus vähemalt kesktasemel.
- 1.5.4.1.4. Kaasatud spetsialistide meeskonnal on meeskonnaüleselt kokku töökogemust viies sotsiaalmeedia kanalis: Facebook, Instagram, LinkedIn, X, TikTok.
- 1.5.4.1.5. Pakkuja peab omama suutlikust kaasata lihthanke täitmisesse piisava arvu meeskonnaliikmeid, et tagada vajadusel ka meeskonna liikme asendus. Meeskonna asendusliige peab vastama samadele nõuetele, mida pakkuja tõendab lepingu täitmise käigus sarnaselt pakkumuse esitamisega.
- 1.5.4.1.6. Pakkuja esitab lepingu täitmisel iga spetsialisti kohta, vastava isiku poolt, allkirjastatud CV.
- 1.5.4.1.7. Kui meeskonnas on rohkem kui kaks liiget, võib üks meeskonnaliige täita mitut rolli, kuid esitada tuleb meeskonnaliikme CV igasse nõutud rolli eraldi, st CV tuleb esitada iga meeskonna liikme kohta eraldi.
- 1.5.4.1.8. Pakkuja tagab, et CV-s nimetatud spetsialist asub ka reaalselt hankelepingut täitma ja tal peab olema selleks vastava spetsialisti nõusolek. Hankijal on õigus küsida CVs viidatud spetsialistilt, projekti tellijalt või tööandjalt kinnitusi.
- 1.5.4.1.9. Meeskonnaliikmete vormikohane CV-d on toodud lisas nr 2.
- 1.5.4.1.10. Meeskonnaliikme asendamine/vahetamine on lubatud hankija eelneval nõusolekul. Pakkuja esitab uue meeskonnaliikme kohta vormikohase CV ja tal peab olema nõutud kogemus. Hankijal on õigus keelduda nõusoleku andmisest, samuti põhjendatult nõuda spetsialisti vahetamist, kui kaasatud spetsialisti pädevus ei võimalda saavutada lepingulisi eesmärgi.

1.5.5. Lepingu sõlmimine ja esmakohtumine

- 1.5.5.1. Pärast lepingu sõlmimist, kuid mitte hiljem kui kolme tööpäeva jooksul, toimub esmakohtumine, mille raames lepivad pooled kokku lepingu täitmisega seotud täpsemad tegevused ja koostööreeglid. Lisaks kooskõlastatakse võimalikud

vaheetapid, -eesmärgid ning -kohtumised ja nendega seotud tähtpäevad, vahetulemused ning muud detailid.

- 1.5.5.2. Pärast tööde lõplikku üleandmist, on pakkuja kohustatud läbi viima koolituse, koos esitlusega, mille kestus on ligikaudu kaks tundi ja hõlmab ennast harivat ülevaadet auditist ja strateegiast.

2. Nõuded pakkumusele

- 2.1. Pakkumus on pakkuja tahteavaldus lepingu sõlmimiseks ja pakkujale siduv alates selle esitamisest kuni pakkumuse jõusoleku minimaalse tähtaja lõpuni. Hankijal on õigus teha ettepanek pakkumuse jõusoleku tähtaja pikendamiseks. Tingimusliku pakkumuse esitamine on keelatud.
- 2.2. Hilinenud pakkumusi hankija vastu ei võta.
- 2.3. Pakkumus peab sisaldama:
- 2.3.1. Pakkumuse maksumust vastavalt lisale 1;
 - 2.3.2. Meeskonnaliikmete CVsi vastavalt lisale 2;
 - 2.3.3. Auditi ja strateegia metoodika kirjeldust vastavalt lisale 3
- 2.4. Pakkuja kannab kõik pakkumuse ettevalmistamise ja esitamisega seotud kulud ning pakkumuse tähtaegse esitamise riski.
- 2.5. Pakkumus on konfidentsiaalne kuni lepingu sõlmimiseni.
- 2.6. Pakkuja märgib pakkumuses, milline teave pakkumusest on ärisaladus ning põhjendab ärisaladuseks määramist. Ärisaladusena ei või märkida pakkumuse maksumust (sh osamaksumusi kui need on hindamise aluseks) (RHS § 46¹). Kui põhjendust pakkumuses ei sisaldu, siis eeldab hankija, et ärisaladus puudub. Hankija ei avalikusta pakkumuse sisu ärisaladusega kaetud osas.

3. Pakkumuste kontrollimine, hindamine ja eduka pakkumuse valik

- 3.1. Hankija kontrollib tähtaegselt esitatud pakkumuse vastavust kutses esitatud tingimustele. Juhul, kui pakkumus ei vasta kutses esitatud tingimustele, lükkab hankija pakkumuse tagasi.
- 3.2. Kutses esitatud tingimustele vastavate pakkumuste seast valib hankija eduka pakkumuse välja 100 väärtuspunkti skaalal järgmiste hindamiskriteeriumide alusel:

Kriteeriumid	Osakaal
Auditi ja strateegia maksumus	40%
Metoodika kirjeldus	60%
Kokku väärtuspunktid	100%

- 3.3. Hindamise metoodika on toodud kutse lisas 4.
- 3.4. Hankijal on õigus küsida pakkujalt esitatud pakkumuse kohta täpsustavaid andmeid ja täpsustavaid selgitusi.
- 3.5. Juhul, kui esitatud hindamispunktid on võrdsed, korraldab hankija eduka pakkumuse väljaselgitamiseks liisuheitmise, võimaldades võrdsete väärtuspunktidega pakkumuse esitanud pakkujatel liisuheitmise juures viibida.
- 3.6. Hankija sõlmib eduka pakkumuse esitanud pakkujaga hankilepingu.
- 3.7. Kui edukas pakkuja võtab hankijast mitteolenevatel põhjustel oma pakkumuse tagasi, ei allkirjasta viie tööpäeva jooksul hankilepingut, hindab hankija kõiki ülejäänud pakkumusi uuesti ja tunnistab edukaks pakkumuse, mis on vastavaks tunnistatud pakkumustest majanduslikult soodsaim.
- 3.8. Hankija ei ole kohustatud korra punktis 4.7 nimetatud alusel pakkumusi uuesti hindama ja võib tunnistada edukaks esialgsel hindamisel leitud järjestuselt järgmise pakkumuse juhul, kui edukaks tunnistatud pakkumuse äralangemine ei saa mõjutada ülejäänud pakkumuste omavahelist järjestust.

4. Läbirääkimiste pidamine

- 4.1. Hankija võib pidada pakkujaga läbirääkimisi esitatud pakkumuse sisu ja maksumuse ning lepingu ajakava üle.
- 4.2. Vastavalt läbirääkimiste pidamise vajadusele teatab hankija pakkujatele läbirääkimiste aja. Iga pakkujaga peetakse läbirääkimisi eraldi. Läbirääkimisi võib pidada kirjalikku taasesitamist võimaldavas vormis (nt e-kiri) või suuliselt. Suuliselt peetud läbirääkimised protokollitakse. Läbirääkimised on konfidentsiaalsed. Hankija tagab läbirääkimiste käigus pakkujate võrdse kohtlemise.
- 4.3. Pärast läbirääkimiste toimumist esitab pakkuja vajadusel uue kohandatud pakkumuse, mis esitatakse läbirääkimistel kokku lepitud tähtajaks.
- 4.4. Läbirääkimised ei hõlma pakkumuse hindamise kriteeriume.

5. Pakkumuste tagasi lükkamine ja lihthanke kehtetuks tunnistamine

- 5.1. Hankijal on õigus kõik esitatud või kutses toodud tingimustele vastavad pakkumused tagasi lükata igal ajal enne hankelepingu sõlmimist kui esitatud pakkumuste maksumused ületavad hankelepingu eeldatavat maksumust. Hankija teavitab pakkujaid kõigi pakkumuste tagasilükkamisest.
- 5.2. Kui hankijal on tekkinud vajadus pärast pakkumuste esitamise tähtpäeva kutses esitatud tingimusi olulisel määral muuta või kui lihthanke läbiviimise aluseks olevad tingimused on oluliselt muutunud ja seetõttu osutub lihthanke esemeks oleva asja või teenuse tellimine mittevajalikuks, võib hankija lihthanke kehtetuks tunnistada ja saata pakkujatele sellekohase teavituse.

Lihthanke „Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia audit ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat“ pakkumise maksumuse esildis

Pakkuja _____ poolt lihthandes „Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia audit ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat“ pakutav maksumus ühikuhindade alusel on järgmine.

Jrk nr	1	2
	Riigihanke ese	Ühiku maksumus eurodes käibemaksuta
1	<i>Sotsiaalmeedia kanalite auditi tellimine</i>	
2	<i>Sotsiaalmeedia strateegia koostamine ja koolitus koos õpetliku esitlusega</i>	
3	Kogumaksumus eurodes käibemaksuta	
4	Lisanduv käibemaks eurodes	
5	Kogumaksumus eurodes käibemaksuga	

Kinnitan, et:

- tagame kirjalikus kutses esitatud nõuetele vastava teenuse osutamise.
- hinnapakumine on jõus kuni 14. novembrini (k.a) 2025.

Pakkuja seadusjärgne või volitatud esindaja (volikiri esindusõiguse kohta).

(allkirjastatud digitaalselt)

_____ (nimi)

_____ (ametinimetus)

Lihthanke „Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia audit ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat“ pakkumise CV-d

Sotsiaalmeedia spetsialisti CV

Esitada tabelisse andmed, mis tõendavad, et sotsiaalmeedia spetsialistil on: <ul style="list-style-type: none"> kolmeaastane kogemus sotsiaalmeedia sisuloome, haldamise ja analüütikaga. 				
Ees- ja perekonnanimi, e-post ja telefoninumber	Ettevõtte nimi ja kontaktandmed, kus isik töötab või kes tellis projekti	Rolli ja projekti nimetus digiturundusalaste ülesannete täimisel ning kestvus (kuu või aasta täpsusega) nõutud kogemuse tõendamiseks	Digiturundusalaste tegevuste kirjeldus koos platvormi(de) nimetamisega (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok)	Analüütika tööriistad, mida on eelnevalt digiturundustegevuses kasutatud

Kinnitan, et:

- 1) osalen reaalselt lepingu täitmisel;
- 2) oskan kesktasemel (vähemalt B2) eesti ja inglise keelt, sh tean sotsiaalmeedia valdkonna terminoloogiat mõlemas keeles.

(allkirjastatud digitaalselt)

_____ (nimi)

_____ (ametinimetus)

Hankija nimi: _____

Lihthanke nimetus „Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia audit ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat“

Turundusstrateegi CV

<p>Esitada tabelisse andmed, mis tõendavad, et turundusstrateegil on:</p> <ul style="list-style-type: none"> viieaastane kogemus turundusstrateegina, mille jooksul ta on juhtinud ja osalenud digiturunduse auditite ning strateegiate koostamisel. 				
Ees- ja perekonnanimi, e-post ja telefoni-number	Ettevõtte nimi ja kontakt-andmed, kus isik töötab või kes tellis projekti	Rolli ja projekti nimetus digiturundusalaste ülesannete täimisel ning kestvus (kuu või aasta täpsusega) kogemuse tõendamiseks	Digiturundusalaste tegevuste kirjeldus koos platvormi(de) nimetamisega (Facebook, Instagram, LinkedIn, X, TikTok)	Analüütika tööriistad, mida on eelnevalt digiturundustegevuses kasutatud

Kinnitan, et:

- 1) osalen reaalselt lepingu täitmisel;
- 2) oskan kesktasemel (vähemalt B2) eesti ja inglise keelt, sh tean sotsiaalmeedia valdkonna terminoloogiat mõlemas keeles.

(allkirjastatud digitaalselt)

_____ (nimi)

_____ (ametinimetus)

Hankija nimi: _____

Lihthanke nimetus „Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia audit ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat“

Universaalne CV lisanduvatele meeskonnaliikmetele

Esitada tabelisse andmed, mis tõendavad töökogemust turunduses.				
Ees- ja perekonnanimi, e-post ja telefoni-number	Ettevõtte nimi ja kontakt-andmed, kus isik töötab või kes tellis projekti	Rolli ja projekti nimetus digiturundusalaste ülesannete täimisel ning kestvus (kuu või aasta täpsusega) kogemuse tõendamiseks	Digiturundusalaste tegevuste kirjeldus koos platvormi(de) nimetamisega (Facebook, Instagram, LinkedIn, X, TikTok)	Analüütika tööriistad, mida on eelnevalt digiturundustegevuses kasutatud

Kinnitan, et:

- 1) osalen reaalselt lepingu täitmisel;
- 2) oskan kesktasemel (vähemalt B2) eesti ja inglise keelt, sh tean sotsiaalmeedia valdkonna terminoloogiat mõlemas keeles.

(allkirjastatud digitaalselt)

_____ (nimi)

_____ (ametinimetus)

Lihthanke „Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia audit ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat“ pakkumise metoodika hindamise kirjeldus

Pakkuja peab esitama auditi ja strateegia metoodika kirjelduse, mis on põhjalik ja mis suudab tõendada, et koostatav audit ning strateegia edendavad kõiki Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia kontosid – Facebook, Instagram, LinkedIn. Metoodika kirjelduses on vaja:

1. Tuua esile eeldatav ajakava ja võimalik lõpptähtaeg auditi ja strateegia valmimisele, mis ei ole hiljem kui 29.12.2025.
2. Kirjeldada, kuidas pakkuja:
 - 2.1. koostaks auditi Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia kontode kontekstis ja millele peamiselt fookust suunaks oma auditi läbi viimisel.
 - 2.2. koostaks strateegia Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia kontode kontekstis ja millele rõhku pööraks strateegia koostamisel. Sealhulgas tuleb pakkujal põhjendada, mille alusel ta valiks strateegiasse teised avaliku sektori kontod eeskujuks koos näidetega teiste kontode edukusest.
3. Auditi ja strateegia metoodika kirjelduse valdkonnad, mida hinnatakse:
 - 3.1. Metoodika selgus ja loogilisus: Kui hästi on metoodika struktureeritud ja kas see on arusaadav ning loogiliselt üles ehitatud. Kas koostatavad etapid on selgelt põhjendatud ja seotud lõppeesmärkidega.
 - 3.2. Tulemuslikkuse mõõdikud ja eesmärgile vastavus: kas metoodikas on välja toodud eesmärgid, mõõdikud ja meetodid, mille abil saab hiljem hinnata turundusstrateegia täideviimise edukust. Kas on selgelt defineeritud KPI-d, mis näitavad strateegia efektiivsust.
 - 3.3. Loovus ja praktilisus: Kuidas teenusepakkuja plaanib turundusstrateegia metoodikas olla loov ning originaalne ja säilitades sealjuures ka praktilisust.
 - 3.4. Sihtgrupi mõistmine: Kuidas on metoodika kirjelduses arvesse võetud sihtgruppide analüüsi ja nende käitumismustreid. Kas teenusepakkuja näitab, et ta mõistab, kellele turundusstrateegia on suunatud ja kuidas sihtgruppe kaasata.
 - 3.5. Avaliku sektori eripärad: Kas metoodikas on arvesse võetud konkreetselt Kultuuriministeeriumi kui avaliku sektori eripärasid, sealhulgas seda, et tegemist on avaliku sektori kommunikatsiooni ning turundusega. Kui hästi mõistab teenusepakkuja avaliku sektori sotsiaalmeedia turunduslikke võimalusi.
 - 3.6. Koostöö ja kaasamine: Kuidas teenusepakkuja plaanib protsessi käigus koostööd teha hankija meeskonnaga ning kuidas kliendi vajadused ja sisendid arvesse võetakse. Mis viisil oleks üles ehitatud efektiivne osapooltevaheline kommunikatsioon?
 - 3.7. Ajakava ja ressurside jaotus: Kas metoodikas on välja toodud piisavad ajaraamid ja ressursid igale etapile enda tehtavas töös.

Täpsem ülevaade metoodika kirjelduse hindamissüsteemist on saadaval lisa 4-s.

Lihthanke „Kultuuriministeeriumi sotsiaalmeedia audit ja sotsiaalmeedia strateegia koostamine arvestades mh teiste avaliku sektori asutuste parimat praktikat“ pakkumise hindamismetoodika

Hankija hindab pakkumusi majandusliku soodsuse (40%) ja kvaliteedi (60%) põhjal. Pakkumuse hindamise kriteeriumid on järgmised:

Kriteerium	Osakaal
Pakkumuse maksumus	40%
Metoodika kirjelduse hindamine	60%

1. Pakkumuse maksumuse ja mentorluse ühe töötunni hindamine:

- 1.1. Kõige madalama maksumusega pakkumus saab maksimaalsed punktid.
- 1.2. Teiste pakkumuste punktid arvutatakse järgmise valemiga: kõige madalam maksumus x osakaal ÷ hindamisel olev maksumus.

2. Metoodika kirjelduse hindamine:

- **60 punkti:** Kirjeldus vastab täielikult hankija ootustele, pakkudes silmapaistvat kvaliteeti ja tõhusust. Teenusepakkuja on üksikasjalikult kirjeldanud kõiki valdkondi (alapunkte), võttes arvesse auditi ja strateegia mitmetahulisust. Kirjeldus näitab põhjalikke teadmisi digiturundusest ja hankija on veendunud, et teenust osutatakse võimalikult parima kvaliteediga.
- **45 punkti:** Kirjeldus vastab põhimõtteliselt hankija ootustele, täidab olulised nõuded ja on üldiselt usaldusväärne. Teenusepakkuja on suutnud arusaadavalt kirjeldada enamikke hindamiskriteeriumi alapunkte, kuid kuni kolmes alamkriteeriumis on kirjeldus kas liiga üldine või liiga napp. Esitatud teadmised on asjakohased, kuid osaliselt mitte piisavalt põhjalikud. Kirjeldus näitab teadmisi digiturundusest, mille alusel hankija eeldab tööde teostamist vähemalt keskmise kvaliteediga.
- **30 punkti:** Kirjeldus vastab osaliselt ootustele. Pakkuja on kirjeldanud küll põhinõudeid aga hankijal tekkisid mitmete alampunktide (kuni viies) kirjeldustega küsimusi. Metoodika kirjelduses esinevad puudused – mõned aspektid on ebaefektiivsed või ebatäpsed. Hankijal on kahtlusi pakkuja kompetentsi ulatuses.
- **15 punkti:** Kirjeldus ei vasta ootustele. Pakkuja pole suutnud rohkem kui pooltes hindamiskriteeriumite alapunkte arusaadavalt kirjeldada ja kirjelduses on , olulisi puudusi, mis mõjutavad lõpptulemust. Kirjeldused on enamjaolt läbimõtlemata, napid, pinnapealsed ja ei näita põhjalikke teadmisi digiturundusest. Hankija hinnangul pole pakkujal piisavalt kompetentsi.

Kvaliteeti hindab hankija kolmeliikmeline komisjon konsensuslikult. Edukaks ei tunnistata pakkujat, kes on saanud metoodika kirjelduses 15 punkti.