

Markkinoinnin ja viestinnän palvelujen kilpailutusohjeet

Kilpailutusohje pienemmän organisaation tarpeisiin

Toimistokilpailutuksen ohjeet ovat Marketing Finlandin laatima ohjenuora markkinoinnin ja viestinnän palveluita ostaville tahoille. Noudattamalla ohjeita annat hyvän kuvan yrityksestäsi sekä varmistat, että alan palvelutarjoajien toimintaedellytykset eivät heikkene.


01/2026



Marketing Finland

Markkinoinnin ja viestinnän palvelujen kilpailutusohjeet

1. Tarkista tarve ja suhteuta laajuus
2. Suunnittele ja määrittele tavoitteet
3. Aikatauluta realistisesti
4. Kerro nykyiselle kumppanille
5. Laadi selkeä briiffi
6. Kutsu vain relevantit toimijat
7. Valitse sopiva kilpailutusmenetelmä
8. Pidä kilpailutus selkeänä ja napakkana
9. Valmistele sopimukset etukäteen
10. Viesti avoimesti ja tasapuolisesti
11. Arvioi tarjouksia mahdollisimman reilusti
12. Hoida kumppanin vaihto ammattimaisesti



Suunnittele
kilpailu reiluksi

Ajoita oikein

Rakenna hyvä briiffi

Kohtele kaikkia samoin

Perustele päätöksesi

1. Tarkista tarve ja suhteuta laajuus

- Mieti, onko kilpailutukselle todellinen tarve. Jos mahdollista, ratkaise ensin kipupisteet nykyisessä yhteistyössä.
- Älä kilpailuta liian pieniä projekteja – työmäärän tulee olla suhteessa hankinnan kokoon. Pienemmistä hankinnoista voi pyytää lyhyellä tarjouspyynnöllä esim. kolmelta potentiaaliselta taholta tarjoukset, ja sitä kautta löytää kyseiseen tekemiseen sopivan kumppanin.

2. Suunnittele ja määrittele tavoitteet

- Kirjaa, mitä haluat kilpailutuksella saavuttaa ja miksi.
- Nimeä vastuuhenkilö(t) prosessin vetämiseen. Pienessä organisaatiossa riittää yksi tai kaksi sitoutunutta henkilöä.

3. Aikatauluta realistisesti

- Varaa 2–4 viikkoa tarjousten laatimiseen.
- Kerro aikataulu selkeästi: tarjouspyynnön lähetys, mahdolliset tapaamiset, päätöspäivä.
- Vältä lomakausia ja liian tiukkoja deadlineja.



4. Kerro nykyiselle kumppanille

- Jos sinulla on jo kumppani, tiedota avoimesti kilpailutuksesta ja sen syistä.

5. Laadi selkeä briiffi

- Briiffi on kilpailutuksen tärkein dokumentti. Sisällytä:
 - Liiketoiminnan esittely ja tavoitteet
 - Toimeksiannon tavoitteet, sisältö ja laajuus
 - Budjetti ja aikataulu
 - Valintakriteerit ja painotukset
 - Toivottu tiimimalli, joka tukee omaa organisaatiotanne
 - Toivottu hinnoittelumalli
 - Yhteyshenkilö ja kysymysten käsittely
- Anna sama briiffi kaikille ehdokkaille.

6. Kutsu vain relevantit toimijat

- Älä kutsu liikaa ehdokkaita. Valitse ne, joilla on realistiset mahdollisuudet onnistua.



7. Valitse sopiva kilpailutusmenetelmä

- Pienempään tekemiseen riittää usein vertailukelpoinen kirjallinen tarjous ja tarpeen mukaan lyhyt workshop.
- Kilpailutuksessa olennaista on, että tapaat ne tekijät, jotka todellisuudessa tulisivat hoitamaan kyseistä asiakkuutta.

8. Pidä kilpailutus selkeänä ja napakkana

- Kysy vain olennaiset asiat: taustat, tiimi, hinnoittelu, toimintamalli, referenssit, talous, vastuullisuus, sopimusehdot.

9. Valmistele sopimukset etukäteen

- Lähetä sopimusehdotus jo tarjouspyyntövaiheessa ja pyydä siihen kommentit/hyväksyntä.
- Määritä reilut ehdot, muista myös tekijänoikeudet, hinnoittelu, salassapito.



10. Viesti avoimesti ja tasapuolisesti

- Varmista, että kaikki saavat samat tiedot samaan aikaan.

11. Arvioi tarjouksia mahdollisimman reilusti

- Varaa aikaa esittelyille (1,5–2 h per toimija).
- Tee vertailu selkeästi: pisteytys tai taulukko valintakriteerien mukaan.
- Perustele päätös ja anna palautetta kaikille kilpailutukseen osallistuneille.

12. Hoida kumppanin vaihto ammattimaisesti

- Jos valitset uuden kumppanin, hoida siirtymä avoimesti ja reilusti.
- Siirtymävaiheessa on hyvä varautua osittain päällekkäisiin kuluihin ja varata aikaa uuden kumppanin perehdyttämiseen.

Perusajatus: Pidä kilpailutus hallittavana, reiluna ja läpinäkyvänä. Sovita prosessi omiin resursseihisi – yksinkertainen malli toimii usein parhaiten.

**Kerro kaikille
samat tiedot**

**Anna mahdollisuus
palautteeseen**

**Ole valinnassa
objektiivinen ja avoin**