

Brand-analyse af sundhed.dk

BAGGRUND

Sundhed.dk er indgangen til det digitale sundhedsvæsen og binder aktører i det danske sundhedsvæsen sammen. Bag portalen står de fem regioner, Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse og KL. Portalen tilbyder både borgere og sundhedsfaglige information og brugerstyret adgang til elektronisk selvbetjening og personlige helbredsoplysninger. I spidsen for sundhed.dk står en fælles politisk bestyrelse.

Sundhed.dk har en årlig kommunikationsstrategi, inklusiv årlige markedsføringsbudgetter og kommunikationsplaner, som har fokus på at styrke sundhed.dk's brand og øge befolkningens og sundhedsfagliges kendskab til og brug af sundhed.dk. Både kendskab og brug har siden lanceringen i 2003 udviklet sig positivt. I starten af 2015 er kendskabet generelt målt til 66 procent, og specifikt blandt sundhedsfaglige er kendskabet målt til 87 procent.

Sundhed.dk har siden lanceringen i 2003 samarbejdet effektivt med flere forskellige eksterne bureauer, herunder Bysted og Advice, om kommunikationskampagner. Print- og onlineindrykning, tv-sponsorater, foldere, gratis postkort, Abribus-plakater, bus-hængeskilte og simple film har blandt andet været brugt i markedsføringen.

I forbindelse med øget fokus på sundhed.dk's strategiske kommunikation og ønske om et styrket brand, ønsker sundhed.dk at få foretaget en brand-analyse af et eksternt bureau. Sundhed.dk arbejder kommunikationsstrategisk med to primære målgrupper; borgerne og de sundhedsfaglige. Nærværende opgave omhandler udelukkende borgerne som målgruppe.

OPGAVEN

Sundhed.dk ønsker tilbud på udarbejdelse af en brand-analyse med følgende tre delelementer:

- Kortlægning af sundhed.dk's brand hos borgerne. Hvilket brandaftryk efterlader sundhed.dk hos borgerne. Styrker, svagheder og muligheder i sundhed.dk's brand.
- Hvordan agerer omverdenen omkring sundhed.dk? Hvilket brand-landskab opererer sundhed.dk i?
- anbefalinger til konkrete aktiviteter/kampagner for at opnå en styrket brandidentitet.

Følgende skal IKKE indgå i brand-analysen:

- Forslag til ny visuel identitet
- Udvikling eller tilpasning af sundhed.dk-portalens funktionalitet eller design
- Kendskabsundersøgelse

Sundhed.dk leverer en startpakke til det valgte bureau, som opgaveløsningen kan bygge på. Startpakken indeholder:

- Kommunikationsstrategi
- Design-manual
- Holdnings- og kendskabsundersøgelser
- Brugerstatistik
- Segmenteringsanalyse
- NPS/benchmark

RAMMER

Fristen for afgivelse af tilbud er tirsdag den 14. april.

Såfremt der ønskes afgivet tilbud til sundhed.dk på opgaven, skal der fremsendes et tilbud med følgende:

- Metoder og værktøjer til brug for den udbudte opgave
- Leveringstidspunkt og detaljeret tids- og aktivitetsplan
- Allokerede medarbejdere til udførelse af opgaven og disses kvalifikationer og praktiske erfaringer i relation til den specifikt for opgaven anførte metode (løsningsbeskrivelse), og hvorledes kvalifikationer og praktiske erfaringer inddrages og nyttiggøres i udførelsen af opgaven.
- En kort præsentation af, hvordan bureauet vil sikre sundhed.dk de bedste resultater omkostningseffektivt og til tiden. Medsend gerne eksempler på opgaveløsninger, som demonstrerer bureauets styrker i forhold til den konkrete opgave.

PRIS

Den samlede pris på opgaven forventes at ligge inden for en økonomisk ramme på 100.000 kroner inklusiv moms.

FORVENTET TIDSPLAN

Leverandøren påbegynder opgaven umiddelbart efter tildeling. Den forventede tidsplan er:

- Tilbud sendes til kommunikationskonsulent Inge Alsmith, ial@sundhed.dk, senest tirsdag den 14. april med reference 'Brand-analyse' i emnefeltet.
- Uge17: Udvælgelse af bureau finder sted. I udvælgelsen vægtes især:
 - Strategisk tilgang og velargumenteret metode
 - Velbeskrevet aktivitetsplan
- Senest uge 25: Opgaven er udført

KONTAKTPERSON

Inge Alsmith
Sundhed.dk
Dampfærgevej 22
2100 København Ø

Tlf.: 61 24 25 77

Mail: ial@sundhed.dk