

1. Сама чињеница да асортиман обухвата цењене, признате и по квалитету истакнуте и награђене производе у асортиману , указује на квалитет понуђача у целини.
/такође, ни цена која је веома битан критеријум не гарантује да понуђач који је понудио највећи бонус нема највеће и неконкурентне цене у свом објекту или да их неће подићи у тренутку реализације ваучера-стога постоји неколико критеријума , како би се избодовала економски најповољнија понуда као збир свих пондера код свих критеријума/
2. Постојање сопствене производне марке може имати и трговинско предузеће /сопствена трговинска марка-сопствени бренд/. Управо овим се повећава могућност што веће заступљености у малопродајним објектима истог правног лица које је и носилац награда.
3. Стручне награде су награде које додељује стручни жири за одређену област /нпр у случају дидактичких играчака педагози, психолози)
4. Елемент награде није елиминаторан већ конкурентно компаративан. Доступно је свима да учествују као и да докажу своје резултате и реномираност у делатности, а омогућава да деца запослених на Медицинском факултету добију високо квалитетан и награђен производ .
5. Економски најповољнија понуда је она која на основу збира тражених критеријума добије максимум пондера, цена је један од критеријума.
6. Неопходан асортиман од 500 различитих артикала није предмет вредновања већ је обавезан услов за учествовање.