



**Port of
Rotterdam**

Marktconsultatiedocument

ten behoeve van het project

Marketing Automation

Havenbedrijf Rotterdam N.V.

Datum: **16 juni 2017**
Versie: **1.0**
Naam: **Marktconsultatie Marketing Automation**
Status: **definitief**
Referentienummer: **PU16062017**

Marktconsultatie

Inleiding

Havenbedrijf Rotterdam N.V. (HbR) faciliteert de ontwikkeling van havengerelateerde bedrijvigheid in haar beheergebied, de Rotterdamse haven. Zij versterkt de concurrentiepositie van de Rotterdamse haven als logistiek knooppunt én industriecomplex van wereldniveau. De kerntaken van HbR zijn de duurzame ontwikkeling, beheer en exploitatie van de haven en het handhaven van de vlotte en veilige afhandeling van de scheepvaart. Samen met haar partners richt HbR zich op een veelzijdige, duurzame, veilige en attractieve haven die voldoet aan hoge maatschappelijke eisen. Voor meer informatie over HbR kunt u op onze website kijken: www.portofrotterdam.com.

Toelichting Marktconsultatie

Een marktconsultatie of marktdialogo stelt HbR in staat om de kennis en ervaring van marktpartijen te verzamelen en te gebruiken bij het doorlopen van een inkoop- of aanbestedingstraject.

In de praktijk betekent dit dat HbR de kennis en kunde van marktpartijen gebruikt om eigen ideeën te toetsen nog voordat de aanbesteding start en dus om de kwaliteit van het bestek of de offerte-aanvraag te verbeteren.

Doel Marktconsultatie

Het doel van deze marktconsultatie is het verkrijgen van inzicht in oplossingsrichtingen die marktpartijen ten aanzien van bovengenoemde bieden.

Daarnaast heeft de consultatie tot doel:

- Het vaststellen van de juiste inkoop-strategie en –procedure
- Het bepalen van de juiste selectie- en gunning- en beoordelingscriteria

Op basis van het verkregen inzicht zal HbR dan de vervolgstappen doen, die zullen bestaan uit het opstellen van een businesscase en het opstarten van een RFP-traject, waarin een leverancier zal worden gekozen.

Casusbeschrijving

Context

Het hoofddoel van het Havenbedrijf Rotterdam (HbR) omvat de versterking van de concurrentiepositie van de Rotterdamse haven als logistiek knooppunt én industriecomplex van wereldniveau. Ten behoeve van het behalen van dit hoofddoel zijn verschillende commerciële afdelingen bezig met het benaderen van potentiële klanten en werven van klanten (lading) t.b.v. de gevestigde klanten (de klant van onze klant). In samenwerking met Business Managers stelt Marketing een markt- en doelgroepenanalyse op. Op basis hiervan wordt de communicatiestrategie bepaald en bepaald welk middel het meest geschikt is om de campagne op te zetten. Momenteel worden voor verschillende middelen verschillende tools gebruikt.

Bedrijf en Product

Het HbR verdient aan uitgifte (verhuur) van haventerreinen en het aantrekken van lading. De belangrijkste commerciële activiteiten zijn gericht op (bestuurders van) bedrijven met potentiële vestigingsplaats Rotterdam en bedrijven die (nog geen) lading verscheppen via Rotterdam.

Per type lading (zie <https://www.portofrotterdam.com/nl/lading-industrie>) verschilt de salesfunnel, lengte van de koopcyclus, en gemiddeld orderbedrag. De informatiebehoefte van prospects ligt nu versnipperd over diverse kanalen. De gebruikers van de haven (lading) zoeken vooral operationele informatie (zoals bijv. getijden). Potentiele nieuwe vestigings-leads kijken vooral naar hoe de haven ligt (geografisch), welke

partijen er in de haven aanwezig zijn (bedrijven en beschikbare services) en de richtlijnen voor vestigen en via welke netwerken er verder lading op ontsloten kan worden.

Criteria waarop bedrijven transportroutes en vestigingsplaats kiezen zijn o.a. prijs, zekerheid, imago, locatie, aanwezigheid taalbarrière, ontsluiting naar het achterland (hoe verbonden per spoor/weg/binnenvaart t.o.v. concurrenten (vooral Hamburg en ook Antwerpen).

Sales en marketing Proces

Vanuit de commerciële strategie bepalen de Business Partner en Business Manager welke doelstellingen zij willen bereiken, doen een marketinganalyse en stellen de doelgroep vast. Vervolgens stelt Marcom de communicatiestrategie op (o.a. vaststellen welke middelen gebruikt worden om doelstellingen te bereiken). Per kanaal gebruikt Marcom nu verschillende tools, waaronder Mailchimp voor mailings, Google Analytics voor adwords, COOSTO voor Social Media, CRM voor klantgegevens, Momice voor evenementen. Tijdens en na de campagne worden diverse KPI's gemonitord. Analyse op gecombineerde resultaten vindt versnipperd plaats, waardoor te weinig inzicht bestaat in conversieratio's. Die behoefte is hiervoor zeker aanwezig. Belangrijk knelpunt hierbij is dat klantdata niet gedeeld wordt op één centrale locatie waardoor we onvoldoende zicht is op communicatie momenten met potentiële klanten met sales en marketing.

Prospects komen binnen via het netwerk van Business Managers, beurzen en evenementen. Er bestaat geen inzicht in de verhouding daartussen. Afhankelijk van het product verschillen campagnes nauwelijks in medium. Het merendeel van de marketingcampagnes gebruikt e-mail en internetmarketing en evenementen. Er bestaat momenteel geen link tussen de sales activiteiten en Marketing / Communicatie of het CRM systeem. De grootte van het klantenbestand bedraagt tussen de 15.000 en 50.000 records.

Bedrijf / team

Klantdata wordt momenteel vastgelegd in CRM Dynamics. Het team van Marcom beheert de website en probeert hier de versnipperde markt informatie te verzamelen en via 1 portal te ontsluiten zoals bijvoorbeeld Navigate (zie www.portofrotterdam.com/navigate). Uitvoer van de marketingactiviteiten gebeurt door een business partner van het marketing communicatie team en de relevante business manager uit commercie. PR en MarCom werken samen door content te maken. De benodigde kennis voor het inrichten van Marketing Automation wordt ingekocht en Marcom wordt verantwoordelijk voor het Marketing Automation Platform. Hier zal ook de key-user en product owner voor vrij worden gesteld (1 FTE) De afdeling Servicemanagement zorgt voor beheer hiervan.

De afdeling Hospitality & Events organiseert alle evenementen en beurzen (o.a. het verzorgen van informatie over het event, de gehele communicatie rondom een event inclusief uitnodigingstraject en aanwezigheidsregistratie).

Doelstelling HbR

Momenteel ligt klant informatie vast in CRM, maar wordt voor verschillende marketingactiviteiten gebruik gemaakt van verschillende tooling. Informatie is niet beschikbaar over verschillende platformen. Het project moet bijdragen aan beschikbaarheid van data over verschillende marketing activiteiten. Daarnaast kunnen verschillende activiteiten geoptimaliseerd worden. De wens van marketing is om meer data gedreven marketing activiteiten te kunnen inzetten. De focus ligt vooral op marketing intelligence en minder op het aantrekken van nieuwe leads.

Het doel is om naar één geïntegreerd marketing product te gaan waarmee gegevens uit ons CRM systeem gekoppeld kunnen worden. HbR is om deze reden op zoek naar één systeem dat in alle behoeften voorziet en een partij die ons begeleidt gedurende en na de implementatie hiervan. Wij zien daarom uit naar een reactie wanneer in bovenstaande behoefte en begeleiding voorzien kan worden.

Randvoorwaarden

De tool moet met name voldoen aan onderstaande randvoorwaarden:

1. Mogelijkheid tot koppeling met CRM Microsoft Dynamics (Cloud)
2. Functionaliteiten moeten minimaal de volgende onderdelen bevatten: email marketing, campaign automation, webforms, surveys, web intelligence (koppelen van IP adres aan een emailadres), landing pages, event management, social media koppelingen, lead scoring, reporting, rapportage op campagneniveau, op 1 pagina en via welk kanaal leads zijn binnengekomen.

Vragen aan marktpartijen

U wordt gevraagd uw reactie op de marktconsultatie te voorzien van antwoorden of verwijzingen op de hieronder geformuleerde vragen volledig en voorzien van een motivering te beantwoorden in de invulformulieren als opgenomen in bijlage B.

Het doel van het beantwoorden van de vragen is onder andere het toetsen van de beoogde technische en financiële kaders in relatie tot de huidige technische (on)mogelijkheden. De mate waarin u volledig, zorgvuldig en waarheidsgetrouw de antwoorden geeft, bepaalt mede het kwaliteitsniveau van de eventueel te initiëren aanbesteding.

A Vragen over interesse in de toekomstige aanbesteding

1. Kunt u aangeven of u interesse heeft om deel te nemen in een eventuele toekomstige aanbesteding?
2. Kunt u aangeven wat voor u verhinderende redenen zijn om niet deel te nemen aan een eventuele toekomstige aanbesteding?

B Vragen over het proces en de inhoud van de opdracht

3. Is uw onderneming in staat om een totaaloplossing te bieden ten aanzien van bovenstaande probleemformulering? Zo ja, kunt u de ervaring van uw onderneming op CRM gebied toelichten?
4. Kunt u een financiële bandbreedte aangeven ten aanzien van eventuele oplossingsrichtingen? Met welke rekeningen/budgetten moeten wij rekening houden in de komende 10 jaar en de jaren daarna? Kunt u een onderscheid maken in implementatie en beheer?
5. Kunt u een indicatie geven van hoe een implementatie van uw oplossing eruit zou kunnen zien? (verschillende deelcomponenten en hun planning, doorlooptijd etc.)
6. Kunt u aangeven hoe intuïtief uw oplossing is? In hoeverre zou een vooropleiding nodig zijn om met het systeem te kunnen werken? Hoe dummy-proof is het systeem?
7. Worden key-users opgeleid? In welke vorm van opleiding voorziet uw onderneming?
8. Wanneer uw oplossing is geïmplementeerd, hoe worden de users ondersteund/gesupport? Wat voor ondersteuning wordt er aan medewerkers die het systeem gebruiken geboden wanneer zij ergens niet uitkomen?
9. Kunt u een inschatting geven hoeveel tijd een medewerker ongeveer dient te investeren om een goede analyse op te kunnen zetten? En hoeveel tijd kost het een medewerker ongeveer om de resultaten door te nemen?
10. Welke aanvullende onderwerpen ziet u om ons marketingtraject verder te optimaliseren?
11. Welke tooling, inclusief deelcomponenten zou u adviseren in het kader van bovenstaande probleemformulering?

Proces

Planning

De volgende peildata worden door HbR gehanteerd ten aanzien van deze marktconsultatie:

Milestones	Datum
Publiceren Marktconsultatiedocument Tendered	16 juni 2017
Uiterste datum tot het stellen van vragen over Marktconsultatiedocument	30 juni 2017 vóór 12:00 uur
Publiceren Nota van Inlichtingen marktconsultatie	14 juli 2017
Indienen beantwoording marktconsultatie	21 juli 2017 vóór 12:00 uur
Terugkoppeling algehele bevindingen en conclusies HbR	27 juli 2017

Tabel 1: planning marktconsultatie

Belangstellenden kunnen aan bovenstaande planning geen rechten ontleen. HbR behoudt zich het recht voor de planning te wijzigen. Bovenstaande planning is derhalve indicatief, waarbij de grootst mogelijke zorg in acht wordt genomen om de planning aan te houden.

Inlichtingen

Marktpartijen hebben de gelegenheid vragen te stellen over onduidelijke formuleringen in het marktconsultatiedocument met als doel transparante en eenduidige communicatie. Als partijen vragen hebben over het marktconsultatiedocument, kunnen deze tot 30 juni 2017 12:00 uur per e-mail aan het adres aanbestedingen@portofrotterdam.com worden gesteld middels het excel format uit bijlage C.

Afronding en terugkoppeling

Afronding van de marktconsultatie vindt plaats op 27 juli 2017. Het projectteam zal de marktconsultatie afronden door een verslag van de marktconsultatie te delen met de deelnemende partijen. In het verslag zullen de, naar het oordeel van het projectteam, belangrijkste conclusies van de marktconsultatie opgenomen worden. In verband met dit verslag wijst het projectteam marktpartijen uitdrukkelijk op het volgende:

1. Bovengenoemd verslag wordt openbaar gepubliceerd. Marktpartijen verlenen toestemming aan het projectteam om hun beantwoording en andere door hen verstrekte informatie en/of gegevens te gebruiken in dit verslag;
2. De beantwoording en andere informatie en/of gegevens zal/zullen geanonimiseerd in het verslag worden opgenomen;
3. Het verslag bevat de conclusies zoals deze door het projectteam zijn verwoord. In het verslag zal wel gemeld worden dat het verslag de weergave van het projectteam behelst en dat dit niet noodzakelijkerwijs gedeeld is door de deelnemende marktpartijen.

Vertrouwelijkheid

HbR neemt geen specifieke verwijzingen naar deelnemers of voorzover dat bij onderhavige marktconsultatie al van toepassing is geen commercieel gevoelige informatie op in eventueel toekomstige aanbestedingsstukken.

Overige bepalingen ten aanzien van de marktconsultatie

De marktconsultatie maakt geen onderdeel uit van de aanbesteding. Om deelnemers aan de marktconsultatie niet in een bevoordeelde positie te brengen maakt HbR de uitkomsten van de marktconsultatie openbaar. Daarnaast zal alle informatie die HbR deelt tijdens de marktconsultatie, onderdeel uitmaken van de aanbestedingsstukken.

Bij de eventueel toekomstige aanbesteding bestaat er geen onderscheid tussen partijen die al dan niet hebben deelgenomen aan de marktconsultatie.

Informatie in deze marktconsultatie kan afwijken van informatie, die later (in het kader van een aanbesteding of ander verwervingstraject) wordt verstrekt. Aan de informatie die in het kader van de marktconsultatie wordt verstrekt kunnen geen rechten worden ontleend. De informatie is indicatief en louter bedoeld om de kwaliteit van de marktconsultatie te verhogen. Indien deze informatie strijdig is met de informatie, die later (in het kader van een aanbesteding of ander verwervingstraject) wordt verstrekt, is de laatstgenoemde leidend.

HbR kent geen vergoeding toe aan deelnemers van de marktconsultatie.

Bijlage A: Invulformulier Bedrijfsgegevens

Bedrijfsgegevens	
Naam deelnemend bedrijf	
Vestigingsadres	
Postcode en plaats	
Postadres	
Postcode en plaats	
Land	
Contactpersoon	
Functie contactpersoon	
Telefoon contactpersoon	
E-mailadres contactpersoon	
Postcode en plaats	
Land	
Contactpersoon	
Functie contactpersoon	
Telefoon contactpersoon	
E-mailadres contactpersoon	

Bijlage B: Beantwoording vragen

Beantwoording vragen	
A Vragen over interesse in de toekomstige aanbesteding	
Vraag 1	
Vraag 2	
B Vragen over het proces en de inhoud van de opdracht	
Vraag 3	
Vraag 4	
Vraag 5	
Vraag 6	
Vraag 7	
Vraag 8	
Vraag 9	
Vraag 10	
Vraag 11	