



Bijlage 1 Functionele eisen en wensen

1.1. Functionele eisen en wensen

In deze bijlage volgt een beschrijving van de functionele eisen en wensen die voor de te leveren diensten van toepassing zijn.

1.1.1. Flexibiliteit

De Belastingdienst verwacht van Opdrachtnemer een bij de aard van de werkzaamheden passende flexibiliteit en handelingssnelheid. In voorkomende –en niet altijd planbare- gevallen zal in gezamenlijkheid in korte tijd een nieuwe campagne ontworpen en gerealiseerd moeten kunnen worden. Als voorbeeld willen wij beschrijven de afgelopen arbeidsmarktcampagne voor de werving van fiscalisten. Deze werd 02 juli 2018 aangekondigd en moest 26 juli 2018 live qua vacatures. Het doel was permanente openstelling van 4 tal vacatures voor fiscaal en accountancy. De ambitie was om 100-150 nieuwe medewerkers vanuit deze schaarse doelgroep te laten instromen. Er moest een aansprekende campagne gerealiseerd en live zijn per 26 juli 2018 en dit moest ondersteund worden met een mediaplan om hier ruchtbaarheid aan te geven. Betekent: ontwikkeling campagne, site, middelen, inrichting meten. Tijdens de realisatie hiervan kwam ook in beeld dat er ook anders geselecteerd zou gaan worden; voor deze doelgroep werd gekozen om selectiegesprekken allemaal op 1 dag te plannen zodat een geschikte kandidaat binnen een dag een aanbod kon ontvangen. Zo werd de doorlooptijd verkort.

EIS 1	De ontwikkeltijd van (online) arbeidsmarktcampagnes is gemiddeld 3 tot 6 weken. De Employer branding site dient in dit verband snel (variërend van één dag tot langer) te kunnen worden aangepast aan veranderende omstandigheden. Inschrijver is in staat en bereid om hiernaar te handelen.
-------	--

1.1.2. Doelgroep specifiek en aansluiting op bredere kaders

EIS 2	Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat de te ontwikkelen online arbeidsmarktcampagnes aansluiten op de karakteristieken van verschillende strategische doelgroepen. Uitingen dienen echter ook herkenbaar te zijn en aan te sluiten op rijksbrede kaders zoals omschreven in https://www.rijkshuisstijl.nl/organisatiespecifieke-richtlijnen/werken-voor-nederland . De online activiteiten waaronder de Employer branding site dienen nauw aan te sluiten op deze wervingsactiviteiten en de nog te ontwikkelen paraplu campagne van de Belastingdienst. Inschrijver is in staat en bereid om hiernaar te handelen.
-------	---

1.1.3. Content en uitingen

EIS 3	<p>De Employer branding site dient ruime mogelijkheden te bieden voor het plaatsen van verschillende soorten content door (aangewezen content beheerders van) de Belastingdienst evenals door de Opdrachtnemer. Minimaal de volgende soorten content dienen geplaatst te kunnen worden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teksten • Foto's • Video's op de site zelf en/of vanuit YouTube • Live streams • Documenten <p>Deze content kan onderdeel zijn van een arbeidsmarktcampagne maar dient ook voor andere doeleinden (zoals employer branding) geplaatst te kunnen worden. Content is en blijft eigendom van de Belastingdienst.</p>
-------	---

1.1.4. Vindbaarheid van de Employer branding site

Een groot deel van de bezoekers vindt de Employer branding site via zoekmachines (in Nederland vooral via Google). Door de website te optimaliseren voor zoekmachines, kan er worden bespaard op marketingkosten. Door gebruik van subdomeinen krijgt de Employer branding site een duidelijke focus op arbeidsmarktcommunicatie en personeelswerwing. Zowel op het gebied van content als techniek moet rekening worden gehouden met de vindbaarheid.

Door het monitoren van het online gedrag van een bezoeker, moet die bezoeker 'gericht' op de Employer branding site worden 'ontvangen'. Dit kan ook op basis van regio zijn, bijvoorbeeld door alleen de vacatures in een regio van de bezoeker te tonen. Door Rich Snippets Technology (rankings) moet de clickratio op basis van search ook verhoogd kunnen worden.

EIS 4	De Opdrachtnemer draagt zorg voor een optimale vindbaarheid van doelgroep pagina's en vacatures in zoekmachines (Search Engine Optimisation).
-------	---

1.1.5. Responsiveness en rijkshuisstijl

EIS 5	De Employer branding site dient als mobile first ontwikkeld zijn. Hiervoor zijn de algemene online richtlijnen van het Rijk van toepassing. Deze zijn te vinden op: https://www.rijkshuisstijl.nl . De Belastingdienst schrijft responsive design voor.
-------	---

1.1.6. Klikgedrag inzichtelijk in dashboards

De Employer branding site presenteert de meest actuele Belastingdienst vacatures. Vacatures komen uit de werving en selectieoplossing van de Belastingdienst. Op dit moment is dat PeopleXS van Talentsoft. Gedurende looptijd van het contract zal Belastingdienst overstappen op een Rijksbrede oplossing (SAP Succesfactors). Publicatie van vacatures op de Employer branding site vindt gesynchroniseerd plaats met publicatie op www.werkenvoornederland.nl en www.mobiliteitsbank.nl.

EIS 6	De Belastingdienst gebruikt Google analytics om het klikgedrag van media-uitingen te monitoren. Het klikgedrag van verschillende doelgroepen wordt door Opdrachtnemer in dashboards inzichtelijk gemaakt voor de Belastingdienst aan de hand van Google analytics zodat een integraal beeld van de <i>candidate journey</i> wordt verkregen. Van Opdrachtnemer wordt verwacht dat kliks op de Employer branding site maar ook de vacatures op www.werkenvoornederland.nl en www.mobiliteitsbank.nl inzichtelijk worden gemaakt in dashboards.
-------	---

EIS 7	Opdrachtnemer adviseert proactief op basis van analyses die opdrachtnemer doet op basis van de <i>candidate journey</i> . Denk hierbij aan het actief monitoren van een campagne en het doen van verbetervoorstellen gedurende de uitvoering van die campagne.
-------	--

1.1.7. Dynamisch sollicitatieformulier

EIS 8	Opdrachtnemer levert een dynamisch sollicitatieformulier waarmee sollicitaties naar de werving en selectieoplossing van de Belastingdienst worden verstuurd. Dit formulier biedt de mogelijkheid om relevante vragen te stellen aan sollicitanten. Relevantie wordt bepaald op basis van eerder door de sollicitant ingegeven input. Voorbeeld: als een sollicitant in het formulier heeft aangegeven dat hij reeds werkt voor de Rijksoverheid krijgt deze sollicitant andere vragen dan een sollicitant die heeft aangegeven niet voor de Rijksoverheid te werken.
-------	--

EIS 9	Het sollicitatieformulier dient aangeroepen te kunnen worden vanuit de gepubliceerde vacatures op de websites "Employer branding site", " www.werkenvoornederland.nl " en " www.mobiliteitsbank.nl ". De <i>candidate journey</i> dient inzichtelijk te zijn, ongeacht de site waar de vacature is gepubliceerd.
-------	--

1.1.8. Profiling & informatie op maat

Conform Rijksbreed beleid wordt geen gebruik gemaakt van het profileren van bezoekers op basis van sites waar zij vandaan komen. Om informatie toch doelgroep gericht weer te geven (profiling), zal de bezoeker actief gevraagd c.q. verleid moeten worden om personalia te delen.

Er zijn steeds meer technieken die het mogelijk maken om op basis van het online gedrag van een sitebezoeker de site te optimaliseren. Zo kan de inhoud van de site worden aangepast aan de gebruikerswensen. Hierbij dient steeds voldaan te worden aan de op dat moment geldende wettelijke bepalingen AVG (waaronder bijvoorbeeld de toestemming van de bezoekers aan de site om hun gegevens te mogen gebruiken).

EIS 10	De Employer branding site dient de bezoeker informatie op maat te verstrekken binnen het door de bezoeker aangegeven vakgebied. Informatie op maat vindt plaats op basis van de volgende manieren: <ul style="list-style-type: none">• Content en vacatures zijn geordend volgens voorafgestelde criteria door de Belastingdienst zoals vakgebieden, werkervaring en opleidingsniveau;
--------	--

- Opt in mogelijkheid (abonneringsservice) voor vacatures, evenementen en nieuws. Met als extra mogelijkheid dat je door de Belastingdienst kan worden benaderd o.b.v. profiel (talentpool);

1.1.9. Gebruikersvriendelijkheid, leesbaarheid en toegankelijkheid

Conform drempels-vrij niveau 3 zal de site moeten voldoen aan de webrichtlijnen (versie 2) van de overheid (zie ook: <https://www.forumstandaardisatie.nl/>). Eén en ander betekent bovendien dat alle actuele versies van browsers, apparaten en besturingssystemen waar de burger over beschikt ondersteund dienen te worden (zie: <http://www.webrichtlijnen.nl/wat-en-waarom/voordelen>).

De Belastingdienst behoudt te allen tijde het recht om de site te onderwerpen aan een drempel-vrij niveau 3 toets, afgenomen door een onafhankelijke, geaccrediteerde inspectie-instelling. De door deze inspectie-instelling geconstateerde gebreken dienen door de Opdrachtnemer binnen afzienbare tijd hersteld te worden. De kosten die met de herstelwerkzaamheden gemoeid zijn komen voor rekening van de Opdrachtnemer.

EIS 11	Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor het certificeren van de Employer branding site volgens 'drempels-vrij' op niveau 3 (zie: http://www.drempelvrij.nl/) en huisstijlrichtlijnen (http://www.rijkshuisstijl.nl/) ten behoeve van alle digitale publicaties (dus: website, video, digitale formulieren e.d.).
--------	---

1.1.10. Wet- en regelgeving

EIS 12	Opdrachtnemer dient zich te allen tijde te houden aan vigerende wet- en regelgeving waaronder de cookiewetgeving en de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG).
--------	--

1.2. Arbeidsmarktcommunicatie: uitwerking van praktijkcases

Om een indruk te krijgen van uw expertise betreffende het beschikbaar stellen van een Employer branding site ten behoeve van arbeidsmarktcommunicatie en het vertalen van een arbeidsmarktstrategie naar concrete online oplossingen, ter ondersteuning van branding, campagnes e.d., vragen wij u om vanuit uw eigen expertise een aantal opdrachten uit te werken. Daarnaast willen we een indruk krijgen in welke mate u kunt bijdragen aan het bereiken van de wervingsdoelstellingen van de Belastingdienst en welke kosten daar mee gemoeid (kunnen) zijn. Dat vragen wij op de volgende manieren:

- Door twee praktijkcases uit te werken:
 - Praktijkcasus 1: Werven van inkopers;
 - Praktijkcasus 2: Werving van cybercrime specialisten.
- Per praktijkcasus een gespecificeerde begroting conform Bijlage X "Financieel model¹" op te stellen.

¹ Deze bijlage is niet relevant voor de marktconsultatie en is derhalve niet bijgevoegd.

In uw Inschrijving dient u de uitwerking van de praktijkcasussen 1 en 2 inclusief begrotingen op te nemen. De uitwerkingen van de praktijkcasussen mogen per casus maximaal tien (10) pagina's A4 omvatten.

De Inschrijvers die worden uitgenodigd voor het geven van de presentatie worden gevraagd de uitwerking van praktijkcasus te presenteren, waarin het ontwerp van de campagne wordt toegelicht waarbij duidelijk naar voren komt hoe de specifieke bereikt gaat worden, de inzet van media aan de orde komt, een globaal actieplan (wie doet wat) en een globaal kostenoverzicht wordt getoond.

Casus 1: Werven van inkopers

De verwachting is dat de Belastingdienst eind februari 2019 ervaren inkopers gaat werven. Het aantal is nog niet definitief vastgesteld, maar de verwachting is dat er 20 ervaren inkopers worden gevraagd.

De kandidaten dienen te voldoen aan de volgende eisen:

- Je bent in het bezit van een wo-diploma in een relevante richting. En ook als je nog niet voldoet aan de opleidingseis - en wél aan de andere functie-eisen - word je van harte uitgenodigd om te solliciteren naar deze functie. Als je dan wordt geselecteerd, maken we in het arbeidsvoorwaardengesprek de afspraken hoe je daar alsnog aan gaat voldoen!
- Je hebt aantoonbare werkervaring met het uitvoeren van complexe Europese aanbestedingstrajecten.
- Je hebt specifieke kennis van de leveranciersmarkten op het gebied van ICT en je hebt ervaring met het samenwerken met leveranciers in deze markt.
- Kennis van en ervaring met innovatieve verwervingsmethodieken, zoals Best Value Procurement (BVP), is een pre.
- Als je de diploma's NEVI 1 en 2 of vergelijkbare diploma's hebt, is dat ook een pre.

De Belastingdienst wil op het moment van openstellen van de vacatures een talentpool beschikbaar hebben van 1:4 (dus 80) kandidaten die voldoen aan minimaal 2 van de 3 eisen uit bovenstaand profiel.

Doorlooptijd: 6 maanden

Budget: € 100.000

W 1	Casus 1: Werving inkopers <p>Doe een voorstel – in tekst en/of geïllustreerd met beeld – voor een creatieve, geïntegreerde offline en online campagne die zowel onderscheidend als innovatief is, met 10-12 touchpoints, waarbij je aangeeft hoe je de kandidaat met aansprekende content door de funnel beweegt van de awareness fase tot aan het moment van sollicitatie bereidheid. Denk hierbij ook aan targetting en marketing automation. Besteed ook aandacht aan de manier waarop gezorgd wordt dat informatie goed vindbaar is (o.a. search engine optimisation). Onderbouw uw voorstel zowel creatief/technisch als financieel middels de gespecificeerde begroting.</p> <p>Het totale voorstel, inclusief eventuele bijlagen, exclusief de begroting, moet beperkt worden tot maximaal tien pagina's A4. Meer informatie zal niet worden meegenomen in de beoordeling. Eventuele verwijzingen zullen niet worden meegenomen in de beoordeling.</p>
------------	---

	<p>Beoordelingscriteria:</p> <p>Haalbaarheid: In welke mate is de voorgestelde oplossing organisatorisch doordacht, financieel en technisch haalbaar en in welke mate past deze binnen het arbeidsmarktcommunicatiebeleid van de Belastingdienst. 5 punten</p> <p>Effectiviteit: In welke mate is de voorgestelde oplossing passend bij de doelgroep en in welke mate ondersteunt deze de directe werving binnen de betreffende doelgroep. 10 punten</p> <p>Creativiteit: In welke mate is de voorgestelde oplossing onderscheidend en aansprekend en in welke mate draagt deze bij aan de gewenste employer branding van de Belastingdienst. 5 punten</p>
--	--

Casus 2: Werving van 8 cybercrime specialisten

De verwachting is dat de Belastingdienst eind februari 2019 8 cyber security specialisten te gaat werven.

De kandidaten dienen te voldoen aan de volgende eisen:

- Je beschikt over een hbo werk- en denk niveau en je bent bij voorkeur in het bezit van het hbo-diploma in een relevante ICT-richting, het liefst (technische) informatica.
- Je hebt minimaal 2 jaar ervaring in een vergelijkbare functie of in een functie binnen het domein cybersecurity.
- Je beschikt over kennis van netwerken, systemen, besturingssystemen en applicaties.
- Je hebt aantoonbare ervaring met Security Monitoring.
- Je voldoet aan of leert voor het basis opleidingsprofiel SOC (SIEM opleiding, SANS trainingen SEC 401, SEC 501, SEC 504, Taranis, Transits 1 & 2.).
- Je beschikt over basiskennis van aanvalstechnieken en/of malware.
- Je hebt kennis van Threat Intel systemen.
- Je beschikt over algemene kennis van beheer-, beveiligings- & projectmethodieken (ITIL, ISO 27001/2 en PRINCE2).
- Je hebt bij voorkeur kennis van (de policies en procedures rondom) het security beleid.
- Je bent bereid jouw medewerking te verlenen aan een veiligheidsonderzoek niveau A van de AIVD.

Doorlooptijd: 3 maanden inclusief 4 weken openstelling, exclusief selectie.

Van Inschrijver wordt verwacht om op basis van deze informatie met een planning en begroting te komen.

W 2	<p>Casus 2: Werving cybercrime specialisten</p> <p>Doe een voorstel – in tekst en/of geïllustreerd met beeld – voor de inzet van owned en earned online kanalen bij de werving van 8 cybercrime specialisten. Geef ook aan op welke wijze u samenwerkt met de strategische partner voor de paraplu campagne en het mediabureau (nu initiatief) en wat de rol van de Belastingdienst is. Onderbouw uw voorstel zowel creatief/technisch als financieel middels de gespecificeerde begroting.</p>
------------	--

Het totale voorstel, inclusief eventuele bijlagen, exclusief de begroting, moet beperkt worden tot maximaal tien pagina's A4. Meer informatie zal niet worden meegenomen in de beoordeling. Eventuele verwijzingen zullen niet worden meegenomen in de beoordeling.

Beoordelingscriteria:

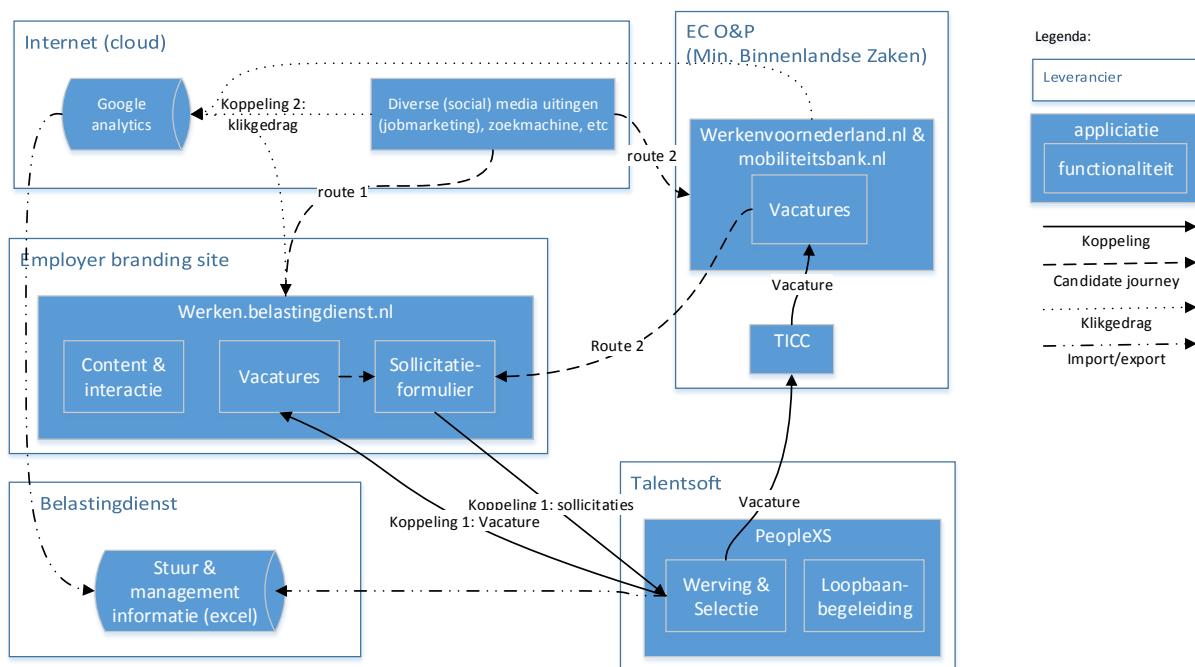
Haalbaarheid: In welke mate is de voorgestelde oplossing organisatorisch doordacht, financieel en technisch haalbaar en in welke mate past deze binnen het arbeidscommunicatiebeleid van de Belastingdienst. 5 punten

Effectiviteit: In welke mate is de voorgestelde oplossing passend bij de doelgroep en in welke mate ondersteunt deze de directe werving binnen de betreffende doelgroep. 10 punten

Creativiteit: In welke mate is de voorgestelde oplossing onderscheidend en aansprekend en in welke mate draagt deze bij aan de gewenste employer branding van de Belastingdienst. 5 punten

1.3. Integratie en koppelingen

De Employer branding site moet in staat zijn om te koppelen met oplossingen van Derde partijen en/of met oplossingen van de Belastingdienst. Dit moet het mogelijk maken om nu en in de toekomst Gegevens tussen andere autonome systemen en de Employer branding site uit te kunnen wisselen. De gewenste situatie t.a.v. integratie en koppelingen ziet er als volgt uit:



Koppeling 1: koppeling met de werving & selectie oplossing (PeopleXS)

Functie

Deze koppeling heeft twee verschillende functies:

1. Vacatures vanuit de werving & selectie oplossing worden verstuurd naar en gepubliceerd op de Employer branding site;
2. Sollicitaties worden vanaf de Employer branding site verstuurd naar de werving & selectie oplossing.

Globale werking gewenste koppelingen

- Vacature informatie (zoals te zien op de huidige site werken.belastingdienst.nl) wordt vanuit PeopleXS verstuurd naar de Employer branding site. Relevant is hierbij dat publicatie alleen plaatsvindt wanneer vacatures ook gepubliceerd worden op o.a. www.werkenvoornederland.nl. Dit laatste vindt plaats aan de hand van een statusveld dat in PeopleXS aangepast wordt, op het moment dat vacatures rijksbreed door een workflow zijn geaccordeerd.
- Sollicitatiegegevens: het sollicitatieformulier (gegevens zijn eveneens te vinden op www.werken.belastingdienst.nl) verstuurt de gegevens naar PeopleXS. Het formulier wordt aangeroepen via vacatures die op www.werken.belastingdienst.nl gepubliceerd zijn maar ook rechtstreeks vanuit vacatures die op www.werkenvoornederland.nl zijn gepubliceerd.

Koppeling 2: klikgedrag wordt zichtbaar gemaakt in Google analytics

Functie

De Belastingdienst wil inzicht krijgen in het klikgedrag op de Employer branding site als ook die van social media uitingen om zodoende de effectiviteit van arbeidsmarktcampagnes verder te kunnen optimaliseren. Daartoe is het nodig dat klikgedrag inzichtelijk wordt gemaakt in Google analytics.

Data

Relevante gegevens om inzicht te krijgen in de candidate journey dienen naar Google analytics verstuurd te worden.

EIS 13	Opdrachtnemer bouwt en beheert de koppelingen 1 en 2 zoals beschreven in deze paragraaf.
--------	--

De Belastingdienst is voornemens om gedurende de looptijd van de Overeenkomst voortvloeiend uit deze aanbesteding, over te stappen op een rijksbrede werving & selectie oplossing van leverancier Launch (oplossing SAP Succesfactors). Er zal dan integratie nodig zijn om vacatures vanuit die rijksbrede oplossing te publiceren op de Employer branding site. De Belastingdienst wil de verwachte kosten voor deze wijziging meenemen als onderdeel van de gunning.

EIS 14	Geef aan welke kosten gepaard gaan met het realiseren van een gegevenskoppeling die er voor zorgt dat vacatures vanuit SAP Succesfactors gepubliceerd worden op de Employer branding site.
--------	--

Het inzetten van social media in recruitment en werving is zeer gebruikelijk. Er zullen echter nog veel meer mogelijkheden gaan komen die we nu nog niet kunnen voorzien. Koppeling en/of integratie met platforms als LinkedIn, Facebook, Twitter en anderen dient technisch en functioneel mogelijk te zijn. Eveneens dient koppeling en/of integratie beide kanten op te kunnen, zodat bijvoorbeeld ook Facebook of LinkedIn pagina's

(company profiles) automatisch met content van de Employer branding site aangevuld kunnen worden. Social media integratie betreft overigens ook koppelingen met foto-, video- en andere sites als Mobypicture, Vimeo, Twitpic, Instagram, Foursquare, Flickr, enzovoort.

W 3	<p>Integratie van de Employer branding site met andere oplossingen is van belang en zal in de toekomst steeds belangrijker worden.</p> <p>Geef aan hoe en in hoeverre de Employer branding site gereed is gemaakt om koppelingen te realiseren met verschillende social media en diverse gerelateerde oplossingen zoals Talentsoft, SAP Succesfactors, Ticc, Google analytics, Harver etc (zie afbeelding eerder in deze paragraaf).</p> <p>In uw beschrijving dient u in ieder geval de volgende aspecten uit te werken:</p> <ul style="list-style-type: none">• De standaard aanwezige koppelingen.• De manier waarop en het gemak waarmee nieuwe koppelingen kunnen worden gebouwd. <p>Beoordelingscriterium:</p> <p>De mate waarin wordt voldaan aan bovenstaande aspecten. Alle aspecten wegen even zwaar.</p>
------------	--

W 4	<p>De Belastingdienst wenst het eenvoudig te maken voor bezoekers aan de site om zichzelf kenbaar te maken en zich bijvoorbeeld aan te melden voor een jobalert. Daarvoor is authenticatie via Facebook en/of LinkedIn mogelijk geschikt.</p> <p>Biedt de Employer branding site de mogelijkheid aan kandidaten om zichzelf te registreren op basis van LinkedIn en/of Facebook authenticatie?</p> <p>Puntentoekenning:</p> <p>0 punten: geen van beide</p> <p>5 punten: Facebook of LinkedIn</p> <p>10 punten: Facebook en LinkedIn</p>
------------	--

1.4. Aansluiting houden bij ontwikkelingen

Het vakgebied van employerbranding is in beweging. Het is van belang dat Opdrachtnemer er voor zorgt dat deze ontwikkelingen gevolgd worden en waar nodig of mogelijk de Belastingdienst proactief adviseert over hoe hier op in te spelen.

W 5	<p>Beschrijf in maximaal 2 A4 de wijze waarop Opdrachtnemer aansluiting houdt bij zowel technologische- als arbeidsmarkt- als ontwikkelingen bij klanten/gebruikers. Denk hierbij aan professionalisering van eigen medewerkers, gebruikersbijeenkomsten met klanten om kennis uit te wisselen, participatie in beroepsverenigingen, etc.</p> <p>Beschrijf ook hoe Inschrijver voornemens is deze opgedane kennis te delen met de Belastingdienst.</p> <p>Beoordelingscriteria:</p> <ul style="list-style-type: none">• De mate waarin en de wijze waarop kennis wordt uitgewisseld met en tussen de klanten van Inschrijver (5 punten)
------------	---

- De wijze waarop mate waarin Inschrijver participeert in relevante beroepsgroepen (5 punten)
- De wijze waarop en de mate waarin Inschrijver zorgdraagt voor ontwikkeling van eigen medewerkers (5 punten)
- De wijze waarop Inschrijver voornemens is om kennis in te zetten c.q. over te dragen aan De Belastingdienst (5 punten)