

Bijlage 2: Verslag marktconsultatie

Introductie

Het CBR hecht grote waarde aan de mening van marktpartijen en heeft de markt daarom geraadpleegd vooraf aan de aanbesteding. Ter voorbereiding op de aanbesteding is een marktconsultatie gehouden. In de marktconsultatie is aan marktpartijen informatie gevraagd die kan helpen bij de uitwerking van de aanbesteding.

Doelstellingen t.a.v. de marktconsultatie

De doelstelling van de marktconsultatie was om de toekomstige uitvraag in het kader van de aanbesteding zoveel mogelijk aan te laten sluiten op de mogelijkheden van de markt. Met de marktconsultatie had het CBR het doel om te:

- toetsen in hoeverre de gevraagde oplossing in de markt aanwezig is;
- toetsen of het wel/niet passend is om deze aanbesteding op te delen in percelen;
- toetsen in hoeverre de realisatie van de gewenste situatie haalbaar is;
- onderzoeken wat de huidige en toekomstige ontwikkelingen in de markt zijn;
- onderzoeken of er innovatieve oplossingen vanuit de markt zijn;
- het beproeven van eigen ideeën en oplossingsrichtingen;
- een beeld krijgen van visies, suggesties en ideeën van marktpartijen;
- oriënteren welke marktpartijen er in de markt zijn.

Werkwijze ronde 1

In totaal hebben 21 marktpartijen aan de marktconsultatie deelgenomen. Deze marktpartijen hebben schriftelijk op 42 vragen gereageerd. In *bijlage 1* zijn de vragen opgenomen welke aan de markt zijn voorgelegd.

Samenvatting – Resultaten marktconsultatie (ronde 1)

De verkregen inzichten en adviezen laten zich als volgt samenvatten:

Visie, roadmap en innovatie

- Voor wat betreft huidige en toekomstige ontwikkelingen in de markt, ligt de focus op het verkrijgen van een integraal klantbeeld en het afvangen van eenvoudige vragen via selfservice. De rol van artificiële intelligentie en business intelligence wordt hiermee steeds belangrijker.
- De marktconsultatie heeft bevestigd dat het CBR in de goede richting kijkt en een goed beeld heeft van wat er mogelijk is op het terrein van Cloud-oplossingen en integratie contactcenters en huistelefonie.
- De markt adviseert het CBR om vooral te kijken naar de totaaloplossing en niet naar de manier waarop het CBR concreet invulling aan de oplossing wil geven. Hierbij moet volgens de markt worden gekeken naar wat het beste aansluit bij strategie en visie van het CBR.

Infrastructuur, koppelingen en integratie

- Veel van de genoemde onderwerpen door marktpartijen met betrekking tot infrastructuur en koppelingen waren reeds bekend bij het CBR en kunnen in de aanbesteding op dezelfde wijze meegenomen worden. Er wordt geadviseerd te sturen op integratiestandaarden. De oplossingen die de marktpartijen voorstellen passen vrijwel allemaal in de bestaande infrastructuur, mits goed rekening gehouden wordt met netwerkbelasting.

Functioneel, support en beheer

- Alle marktpartijen geven aan dat er toegang is tot wallboards/dashboards en rapportages.
- Alle marktpartijen geven aan dat het functioneel beheer schaalbaar in te regelen is.
- Bij de meeste van de marktpartijen zijn er meerdere keuzes te maken voor wat betreft support.

Informatiebeveiliging

- Marktpartijen geven aan te voldoen aan de informatie beveiligingseisen van het CBR.

Implementatie

- De meest cruciale onderdelen voor een succesvolle transitie zijn volgens de markt het betrekken van medewerkers, commitment van de opdrachtgever en een gefaseerde overgang.

- Over kosten en planning konden marktpartijen nog weinig concreets benoemen. De marktpartijen hadden hier meer duidelijkheid over de scope en de gewenste duur van het contract nodig.
- Ten aanzien van de implementatiefase: houd rekening met voldoende beschikbare resources bij zowel opdrachtnemer als opdrachtgever. Daarbij wordt geadviseerd om de implementatieplanning in verschillende fases op te delen door bijvoorbeeld het gefaseerd introduceren van functionaliteiten.

Inkoopgerelateerde vragen

- Uit de marktconsultatie gebleken dat deze opdracht vereist dat combinaties van verschillende partijen nodig kunnen zijn. Het aantal potentiële inschrijvers dat de opdracht kan uitvoeren is daarmee dusdanig dat ook zonder een verdeling in percelen de mededinging gewaarborgd blijft en de concurrentie niet wordt beperkt, én dat er voldoende toegang is voor bedrijven uit het midden- en kleinbedrijf.
- Afhankelijk van de inkoopstrategie adviseren marktpartijen de aanbesteding vooral 'functioneel' uit te vragen waardoor er vrijheid blijft voor de markt om de meest geschikte oplossing aan te bieden;
- De inkoopvoorwaarden dienen te passen bij een SaaS-oplossing. Daarbij wordt aangegeven dat de ARBIT vaak een discussiepunt is bij aanbestedingen;
- Het betrekken van de eindgebruikers is volgens de markt essentieel bij dit traject. Het CBR dient ervoor te zorgen dat de gevraagde oplossing aansluit bij hun wensen.

Werkwijze ronde 2

Op verzoek van het CBR is door middel van een gespreksronde aan een drietal marktpartijen gevraagd hun informatie uit de marktconsultatie nader toe te lichten. Alle drie de partijen hebben deelgenomen aan de schriftelijke marktconsultatie. Het doel van deze gesprekken was om een beter beeld te krijgen van de platformen en de juiste uitvraag te doen tijdens de aanbesteding.

De volgende kaders zijn meegegeven in het gesprek:

- Werk de visie van uw bedrijf verder uit. Waar wil uw organisatie naar toe en wat heeft u dan nodig van CBR om hier mede invulling aan te geven?
- Hoe ziet zo'n traject er in de praktijk uit?
- Hoe kijkt u aan tegen scheiding van percelen (contact center en huistelefonie)?
- Bij welke van uw klanten kunnen we eventueel terecht voor een referentiebezoek?
- CBR heeft meerdere klantreizen. Hoe vertaalt zich onderstaande klantinteractie proces vanuit de klantreis zich in de door u aangeboden applicatie?

Samenvatting – Resultaten marktconsultatie (ronde 2)

Het CBR heeft uit de aanvullende gespreksronde weinig nieuwe input gekregen ten opzichte van de marktconsultatie. Het CBR is er nu nog meer van overtuigd dat op het zoek is naar de best passende oplossing en niet alleen het beste platform.

Bijlage 1: Vragen aan de markt

Onderwerp A - Visie, roadmap en innovatie

1. Wat is uw toekomstvisie voor de komende vijf ten aanzien van omnichannel contactcenter en social media tooling?
 - a. Beschikt u over een roadmap ten aanzien van de te verwachten ontwikkelingen? Zo ja, wat zijn de ontwikkelingen die op deze roadmap staan?
 - b. In hoeverre is uw organisatie in staat af te wijken van deze roadmap/toekomstvisie in het geval van nieuwe relevante ontwikkelingen?
 - c. Hoe bent u in het verleden omgegaan met nieuwe ontwikkelingen? Bijvoorbeeld: de snelle stijging in populariteit van social mediakanalen zoals Instagram en TikTok.
2. Zijn er recente ontwikkelingen in deze branche van dienstverlening die van belang kunnen zijn voor de aanbesteding? Bijvoorbeeld: innovaties, nieuwe functionaliteit, service, et cetera. Wat is uw visie op deze ontwikkeling(en)?
3. Wat is volgens u de beste omnichannel contactcenter oplossing die ook kantoortelefonie ondersteunt?

Onderwerp B – Infrastructuur, koppelingen en integratie

4. Welke infrastructuur gebruikt u? We verzoeken u hierbij onder andere in te gaan op SaaS, Clientless en On-Premise software.
5. Welke (infrastructuur) eisen heeft u met betrekking tot het netwerk van het CBR?
6. Wat zijn de drie meest voorkomende problemen die u ervaart met betrekking tot infrastructuur?
7. Wat zijn uw integratiemogelijkheden?
 - a. Hoe worden nieuwe koppelingen opgebouwd?
 - b. Op het moment dat er niet gestandaardiseerd gekoppeld kan worden, hoe verlopen dan de processen?
 - c. Wat is uw ervaring met maatwerk t.a.v. koppelingen?
 - d. Welke integratie mogelijkheden middels open standaarden zijn beschikbaar binnen uw oplossing?
 - e. Geef een voorbeeld architectuur diagram (inclusief integraties) voor uw oplossing.
8. Op welke manieren is uw oplossing te koppelen met andere systemen? U wordt verzocht om hierbij in elk geval in te gaan op Verint (voor CRM), Calabrio (voor WFM) en social media systemen.
9. Beschrijf op welke manier uw oplossing RBAC (Role-based access control) en SSO (incl. MFA/2FA) ondersteunt.

Onderwerp C – Functionaliteiten, support en beheer

10. Welke functionaliteiten zijn aanwezig in uw standaardoplossing?
11. In hoeverre kunt u invulling geven aan de gewenste situatie?
 - a. Zijn er samenwerkingsverbanden of is combinatievorming te verwachten binnen deze aanbesteding? Bijvoorbeeld met betrekking tot onderaannemers.
12. Het CBR gaat er vanuit dat archivering, logging, auditing en monitoring mogelijkheden tot uw oplossing behoren. Kunt u aangeven waar deze elementen niet van toepassing zijn?
13. Welke tooling ondersteunt u t.a.v. social media en hoe is dit geïntegreerd binnen uw oplossing?
14. Het CBR gaat ervan uit dat uw oplossing thuiswerken naadloos faciliteert zonder additionele kosten. Zijn er onderdelen van uw standaardoplossingen die verloren gaan bij

thuiswerksituaties? U wordt verzocht kort te omschrijven op welke wijze u deze thuiswerksituatie realiseert.

15. Op welke manier ondersteunt u het beschikbaar stellen van dashboards/wallboards/custom reports?
16. Hoe organiseert u eerste en tweedelijns support? U wordt verzocht om bij de beantwoording in elk geval invulling te geven aan locatie, taal, service windows en service levels.
17. Hoe wordt het onderhoud op het systeem uitgevoerd? Moet het CBR daarbij rekening houden met downtime? Zo ja, hoelang? Voorziet u hierin nog wijzigingen de komende vijf jaar?
18. Kunt u aangeven welke soort beheerders rollen in onze organisatie aanwezig moeten zijn, en hoe beheer (functionaliteiten, rapportage en dashboarding) geregeld is in uw standaardoplossing? Welke onderdelen van de oplossing kunnen door het CBR zelf ingericht en beheerd worden?
19. Over welke drie onderwerpen gaan de meeste klachten?
20. Is het mogelijk om in het kader van AVG een autorisatiematrix te genereren?
21. Hoe wordt het autorisatiebeheer (RBAC) in de tooling ingericht? Kunnen er bijvoorbeeld rollen aangemaakt worden, welke de rechten toekennen per onderdeel/module aan de gebruiker waaraan de rol is toegekend?
22. Op welke wijze toont en borgt uw oplossing het integrale klant- en medewerkersbeeld?
23. Op welke manier of in hoeverre faciliteert het systeem voor zowel de klant als de agent een 'naadloze' conversatie, waarin meerdere kanalen gebruikt worden. Bijvoorbeeld als er een URL verstuurd moet worden tijdens een telefoongesprek, of tijdens een (social)chat waarbij blijkt dat telefonisch contact beter is.
24. In hoeverre is uw oplossing flexibel als het gaat om schaalbaarheid?
 - a. Wat zijn de maximale aantal seats?
 - b. Wat betekent dit voor de prijsberekening?

Onderwerp D – Informatiebeveiliging

25. Aan welke normen voldoet uw oplossing? Denk hier bijvoorbeeld aan ISO- en NEN certificeringen.
26. In hoeverre heeft marktpartij AVG-eisen in zijn tooling geïntegreerd? Kunt u voorbeelden geven hoe uw oplossing voldoet aan de AVG-eisen?
27. In hoeverre houdt uw oplossing rekening met rechten van de burger als het gaat om de AVG? Bijvoorbeeld het recht om vergeten te worden.
28. Waar wordt uw data opgeslagen? Op welke manier kunt u garanderen dat uw data de EER niet verlaat?

Onderwerp E – Implementatie

29. Op welke recente implementatie bent u het meest trots?
30. Kunt u aangeven wat het meest cruciale onderdeel is om de transitie succesvol te doorlopen? Welke criteria zijn van belang voor een succesvolle implementatie?
31. Wat is uw inschatting van de benodigde tijd om uw oplossing te implementeren?

32. Welke risico's en uitdagingen ziet u in het implementatieproces en welke maatregelen moet het CBR nemen om deze maatregelen te mitigeren? En welke maatregelen neemt u als marktpartij?

Onderwerp F – Inkoopgerelateerde vragen

33. Is het naar uw mening gewenst om omnichannel contactcenter en social media tooling én de (huis)telefonie in één perceel op te nemen? Graag een toelichting van het door u ingenomen standpunt.
34. Kunt u de gevraagde dienstverlening (conform de beschrijving van de gewenste situatie in hoofdstuk 3) leveren? Zo ja, kunt u dit zelfstandig of dient u dit in samenwerking te leveren? Zo nee, wat is dan een betere oplossing?
35. Hoe worden de kosten voor het omnichannel contactcenter en social media tooling én de (huis)telefonie opgebouwd?
36. Wat is de geschatte opdrachtwaarde voor uw oplossingen? Kunt u deze inschatting onderbouwen met de kostenstructuur die u hanteert?
37. Als CBR de (huis) telefonie tot de scope van deze aanbesteding laat behoren dan is het waarschijnlijk dat er specifiek soft- en/of hardware aangeschaft dient te worden. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de afweging soft- of smartphones. U wordt verzocht aan te geven wat het CBR dient aan te schaffen om uw oplossing goed te kunnen ondersteunen.
38. Welke lessons learned kunt u aan het CBR meegeven vanuit andere aanbestedingen?
39. Welke weging met betrekking tot prijs en kwaliteit adviseert u het CBR?
40. Welke gunningscriteria zou u het CBR adviseren?
41. Wat is voor u de beste manier om aan te tonen dat u voldoet aan de eisen en wensen van het CBR. Denk bijvoorbeeld aan een verificatiegesprek, een verificatiedemonstratie of het leveren van een proof of concept. Wat acht u proportioneel?
42. Na de aanbesteding start de looptijd van de overeenkomst. Om tijdens de looptijd van de overeenkomst te kunnen sturen op kwaliteit worden veelal KPI's overeengekomen. Kunt u aangeven welke KPI's in uw optiek passend zijn bij deze dienstverlening.