



Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken

OPDRACHTOMSCHRIJVING

**Kwantitatief communicatieonderzoek voor het pretesten van
communicatiemiddelen**

Aanbestedingsnummer: EA0096

TenderNed kenmerk: 315622

Referentie: 4203021

**Van het ministerie van Algemene Zaken
Dienst Publiek en Communicatie**

Inhoudsopgave

1	Aanleiding en doel dienstverlening	4
2	Beschrijving dienstverlening	5
2.1	Typen opdrachten	5
2.2	Doelgroepen van communicatieonderzoek	5
2.3	Buiten de opdracht	6
2.4	Werkwijze bij uitzonderingssituaties	7
2.5	Werkzaamheden	7
2.5.1	Probleemverkenning en formuleren van doelstelling en onderzoeksvragen	7
2.5.2	Adviseren over de onderzoeksopzet en -methoden	8
2.5.3	Voeren van een startgesprek	9
2.5.4	Organiseren en uitvoeren van het onderzoek	9
2.5.5	Verwerking en analyse van de onderzoeksresultaten	11
2.5.6	Rapportage van de inzichten uit de onderzoeksresultaten	11
2.5.7	Advisering en vertalen naar acties	13
2.5.8	Projectorganisatie en samenwerking	13
3	Opdrachtverstrekking	15
3.1	Sluiten van Nadere overeenkomsten	15
3.2	Nadere briefing, offerte en opdrachtbrief	15
4	Contract- en kwaliteitsmanagement	16
4.1	De rol van DPC	16
4.2	Contractmanagementstrategie DPC – Leveranciers	16
4.3	Kwaliteit	17
4.3.1	Evaluatie van de Raamovereenkomst	17
4.3.2	Evaluatie van de nadere opdrachten	17
4.4	Verbeterplan	18
4.5	Escalatiemodel	18

BEGRIPSBEPALINGEN

In deze Opdrachtomschrijving wordt een aantal begrippen met een hoofdletter geschreven. Deze begrippen kennen uitsluitend de betekenis zoals hieronder gedefinieerd:

- **Nadere opdrachtgever**
Eén van de Deelnemende organisaties die een Nadere overeenkomst kan sluiten met Opdrachtnemer.
- **Nadere overeenkomst**
De overeenkomst tussen Nadere opdrachtgever en Opdrachtnemer op basis van de Raamovereenkomst, voor het verlenen van Diensten, zoals beschreven in het Beschrijvend document.
- **Nadere offerte**
Een aanbieding tot het verrichten van Diensten die Opdrachtnemer naar aanleiding van een Nadere offerteaanvraag uitbrengt aan Nadere opdrachtgever onder deze Raamovereenkomst.
- **Opdrachtgever**
De Staat der Nederlanden vertegenwoordigt door het ministerie van Algemene Zaken, Dienst Publiek en Communicatie.
- **Opdrachtnemer**
De wederpartij van Opdrachtgever
- **Raamovereenkomst**
De - naar aanleiding van de aanbestedingsprocedure beschreven in het onderhavige Beschrijvend document - te sluiten Raamovereenkomst Kwantitatief communicatieonderzoek voor het pretesten van communicatiemiddelen.

AFKORTINGEN

- DPC: Dienst Publiek en Communicatie

1 Aanleiding en doel dienstverlening

Het cluster Communicatieonderzoek van DPC, onderdeel van het ministerie van Algemene Zaken, organiseert voor de Rijksoverheid de infrastructuur voor communicatieonderzoek. Communicatieonderzoek wordt ingezet voor het verkrijgen van inzichten over de opinie, de beleving en het gedrag van doelgroepen of algemeen publiek. Deze inzichten worden gebruikt om input te geven voor de ontwikkeling van communicatiestrategieën of communicatiemiddelen of om communicatie te evalueren. Communicatie kan daarbij breed worden opgevat; beleidscommunicatie, publiekscommunicatie, woordvoering, communicatie met stakeholders, et cetera.

Voor communicatieonderzoek maakt de Rijksoverheid naast kwantitatieve methoden gebruik van onderzoek op basis van uiteenlopende andere onderzoeksmethoden. Denk hierbij aan kwalitatief communicatieonderzoek, webanalyse, research communities, maar ook aan diverse andere (specialistische) onderzoeksmethoden.

Daarnaast zijn door technologische ontwikkelingen en inzichten uit de gedragswetenschap nieuwe methoden en werkwijzen op de markt gekomen. Op www.communicatierijk.nl staan veel actuele werkwijzen en inzichten die binnen de Rijksoverheid beschikbaar zijn en veelvuldig gebruikt worden bij het ontwikkelen van campagnes en communicatie in bredere zin.

Per vraagstuk wordt op basis van de onderzoeksbehoefte afgewogen welk onderzoekstraject en welke methode(n) het beste passen. Daarbij komen ook combinaties van onderzoeksmethoden regelmatig voor. De inzichten die worden opgedaan op basis van de verschillende methoden vullen elkaar aan, zodat een completer en diepgaander inzicht in het vraagstuk ontstaat. Zo kan het nuttig of zelfs nodig zijn om in aanvulling op een kwantitatief onderzoek een kwalitatief onderzoek uit te voeren.

Binnen het brede palet aan communicatieonderzoek neemt het kwantitatief pretesten van communicatiemiddelen een groeiende plek in. Het kan hierbij gaan om onder andere campagne-uitingen, kernboodschappen en brieven. De nadere opdrachten die onder deze Raamovereenkomst worden uitgezet, richten zich op onderzoeken die hoofdzakelijk bestaan uit het kwantitatief pretesten van dergelijke communicatiemiddelen.

Bij sommige opdrachten is de inzet van aanvullende methoden gewenst. Opdrachtnemer moet naast het aanbieden van de hoofdmethode ook in staat zijn om bij nadere opdrachten andere onderzoeksmethoden aan te bieden als dit relevant is voor de opdracht. Opdrachtnemer kan de aanvullende methoden zelf aanbieden als het bureau beschikt over de nodige expertise. Opdrachtnemer kan hiervoor ook de samenwerking opzoeken met onderaannemers. Het kan ook voorkomen dat een Nadere opdrachtgever verschillende deelonderzoeken laat uitvoeren door opdrachtnemers van verschillende raamovereenkomsten (of daarbuiten), bijvoorbeeld een kwalitatief onderdeel in de raamovereenkomst voor kwalitatief communicatieonderzoek, waarbij de nadere opdrachtgever zelf inzichten uit de verschillende onderzoeksonderdelen samenbrengt.

2 Beschrijving dienstverlening

De nadere opdrachten die onder deze Raamovereenkomsten worden uitgevraagd betreffen het uitvoeren van onderzoeken waarin de focus ligt op het kwantitatief testen van communicatiemiddelen. Daarnaast is het mogelijk om, als aanvulling op het kwantitatieve onderzoek, aanvullende methoden in te zetten.

2.1 Typen opdrachten

In deze raamovereenkomst gaat het specifiek om kwantitatief communicatieonderzoek waarbij communicatiemiddelen worden gepretest. Dergelijk onderzoek kan inzicht geven in de communicatieve waarde en verwachte effectiviteit van communicatiemiddelen en kernboodschappen. Het doel van pretesten is het optimaliseren van de communicatiemiddelen.

Het gaat bij pretesten om het vooraf testen (pretesten) van communicatiemiddelen op onder andere de attentiewaarde, aandacht, waardering, boodschapoverdracht, gepercipieerde afzender en doelgroep en mogelijke impact (bijvoorbeeld op het handelen door de ontvanger). Het gaat om de beoordeling van bijna definitieve communicatiemiddelen. Het gaat dan vooral om het verder optimaliseren van de inhoud en de vormgeving van de communicatiemiddelen. Het moment van meten is kort voor de livegang van bijvoorbeeld een campagne of communicatiemoment. Het testtraject moet daarom een korte doorlooptijd hebben en praktische aanbevelingen opleveren. In sommige gevallen is het nodig om na gemaakte aanpassingen in de uitingen een hertest/retest uit te voeren op de verbeterde uitingen.

In de pretests van communicatiemiddelen gaat het onder andere om:

- televisiespots;
- online video's;
- online display, banners;
- radiospots;
- printadvertenties;
- buitenreclame;
- folders, brochures, brieven, slogans, formulieren;
- naamgeving van producten, projecten of van organisatieonderdelen;
- kernboodschappen.

Gezien de diversiteit aan Nadere opdrachtgevers zal er ook sprake zijn van diversiteit aan typen opdrachten onder deze Raamovereenkomst, waardoor bij alle stappen in het onderzoeksproces in wisselende mate maatwerk gevraagd wordt. Verder zal het in sommige onderzoeken gaan om het doen van een losse test van een enkele uiting al dan niet in verschillende varianten. In andere onderzoeken zal het gaan om het in onderlinge samenhang testen van communicatiemiddelen (al dan niet van hetzelfde type en/of in meerdere varianten) binnen een campagne of onderwerp. Ook zullen er opdrachten zijn voor een reeks onderzoeken, waarbij aanvullend ook de opbouw van en vergelijking met een benchmark gevraagd wordt.

2.2 Doelgroepen van communicatieonderzoek

Bij het organiseren van communicatieonderzoek hanteert de Rijksoverheid doorgaans drie categorieën:

- Algemeen Nederlands publiek: het gaat hier om personen van achttien jaar of ouder. Respondenten in het onderzoek vormen een afspiegeling van het algemeen Nederlands publiek als het gaat om leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, gezinssamenstelling, inkomensklasse, herkomst en regio. Zij worden in het onderzoek doorgaans aangesproken in hun rol als individu of burger. Het kan ook gaan om relatief gemakkelijk te maken uitsplitsingen binnen het algemeen Nederlands publiek, zoals automobilisten, werkenden en woningbezitters. Opdrachtgever verwacht dat Opdrachtnemer dergelijke doelgroepen zonder extra inspanningen in het onderzoek kan betrekken.

- Specifieke doelgroepen: het gaat hier om aanvullende doelgroepen op of om uitsplitsingen van het algemeen Nederlands publiek waarvoor een Opdrachtnemer inspanning moet ondernemen om langs nader te formuleren criteria – sociaal-demografisch of anderszins – een nadere segmentering aan te brengen en hen in het onderzoek te betrekken, zoals bijvoorbeeld jongeren tussen de dertien en zeventien jaar, ouderen boven de zeventig jaar, omwonenden langs een specifieke snelweg, gebruikers van elektrische fietsen, doven of slechthorenden, laaggeletterden of omstanders van huiselijk geweld.
- Professionals: het gaat hier om mensen die in het onderzoek worden aangesproken in hun professionele rol, zoals bijvoorbeeld medewerkers van belangengroepen, medewerkers van bedrijven of organisaties, ondernemers, werkgevers, zzp'ers of medewerkers van overheden (Rijksoverheid, provincies, gemeenten, waterschappen). Dat kan zijn als doelgroep van beleid of als stakeholder in (onderdelen van) het beleidsproces. Het kan hierbij gaan om het totale scala aan medewerkers, uiteenlopend van medewerkers tot directeurs, of binnen de Rijksoverheid directeurs-generaal. Onderzoek onder deze doelgroepen vereist over het algemeen extra maatwerk in en afstemming over bijvoorbeeld het samenstellen van de steekproef en de organisatie van het veldwerk.

2.3 Buiten de opdracht

De scope van deze Raamovereenkomst omvat het uitvoeren van communicatieonderzoek dat in hoofdzaak bestaat uit het kwantitatief testen van communicatiemiddelen. Buiten de opdracht van deze Raamovereenkomst valt:

- Communicatieonderzoek dat in hoofdzaak bestaat uit kwalitatieve onderzoeksmethoden. Dit onderzoek valt onder de Raamovereenkomst 'Kwalitatief communicatieonderzoek'.
- Communicatieonderzoek dat in hoofdzaak bestaat uit onderzoek dat uitgevoerd wordt middels een research community. Dit onderzoek valt onder de Raamovereenkomst 'Research Communities'.
- Communicatieonderzoek dat in hoofdzaak bestaat uit onderzoek naar digitale middelen (bijvoorbeeld een website, intranetomgeving, een online magazine of nieuwsbrieven, apps, et cetera). Het kan hier gaan om (kwantitatief) onderzoek onder gebruikers van een digitaal middel (onder andere bezoekers van een website, gebruikers van een app) of user eXperience onderzoek (UX-onderzoek). Dit onderzoek valt onder de Raamovereenkomst 'Onderzoek digitale middelen'.
- Campagne-effectonderzoek waarin het gaat om herkenning, waardering, boodschapoverdracht en effecten van campagnes. Dit onderzoek valt onder de Raamovereenkomst 'Campagne-effectonderzoek'.
- Communicatieonderzoek dat in hoofdzaak bestaat uit kwantitatieve onderzoeksmethoden waarbij de hoofdvraag niet gericht is op het pretesten van communicatiemiddelen. Dit onderzoek valt onder de Raamovereenkomst 'Algemeen kwantitatief communicatieonderzoek'.

Er is een aantal uitzonderingssituaties waarbij deze Raamovereenkomst niet van toepassing is. Dit zijn:

- Inzet van innovatieve of specialistische onderzoeksmethoden of -technieken die onvoldoende worden aangeboden door Opdrachtnemer in de Raamovereenkomst.
- Inzet van specialistische kennis, ervaring of vaardigheden ten aanzien van een onderwerp of doelgroep die onvoldoende worden aangeboden door Opdrachtnemer in de Raamovereenkomst.
- Onvoorziene spoedopdrachten waarvoor de Opdrachtnemer niet in staat is de opdracht uit te voeren (zie paragraaf 3.2).
- Inzet van internationaal onderzoek.
- Inzet van (fundamenteel) wetenschappelijk onderzoek op het gebied van de communicatiewetenschappen.
- Inzet van onderzoek dat niet primair gericht is op een communicatievraagstuk, zoals beleidsonderzoek, personeelsonderzoek of onderzoek gericht op organisatieverandering.

De verantwoordelijkheid voor het benutten van deze Raamovereenkomst ligt bij de Opdrachtgever en Nadere opdrachtgevers. De Nadere opdrachtgevers zijn verantwoordelijk voor het opstellen van

(concrete) Opdrachtschrijvingen. Deze worden in een offerteaanvraag uitgewerkt. In voorkomende gevallen bepaalt DPC – in de rol van Opdrachtgever – op basis van de Opdrachtschrijving of een opdracht binnen of buiten de reikwijdte van deze Raamovereenkomst valt. De Opdrachtschrijving wordt hierbij getoetst aan de scope van deze Raamovereenkomst. Uitgangspunt is om zoveel mogelijk onderzoeksopdrachten binnen deze Raamovereenkomst te laten uitvoeren wanneer dit mogelijk is en dit niet ten koste gaat van de kwaliteit.

2.4 Werkwijze bij uitzonderingssituaties

Het kan voorkomen dat een opdracht niet zonder meer is te kenmerken als een uitzonderingssituatie (de 'grensgevallen', bijvoorbeeld bij onderzoek onder heel specifieke doelgroepen of bij een heel atypische onderzoeksaanpak). DPC zal – in de rol van Opdrachtgever – in die gevallen in overleg met de betreffende Nadere opdrachtgever de afweging maken om al dan niet binnen de Raamovereenkomst een Nadere offerte aan te vragen. Mogelijk zal eerst een vraag per e-mail worden uitgezet door de Nadere opdrachtgever. DPC als Opdrachtgever beslist op basis van de informatie uit deze vragenronde of er al dan niet sprake is van een uitzonderingssituatie.

Wanneer binnen de Raamovereenkomst een Nadere offerte wordt aangevraagd en na beoordeling (naar inschatting van de Nadere opdrachtgever) blijkt dat de Nadere offerte onvoldoende uitzicht biedt op een goede kwaliteit, behoudt de Nadere opdrachtgever zich het recht voor om buiten deze Raamovereenkomst een offerte aan te vragen voor deze specifieke onderzoeksopdracht.

2.5 Werkzaamheden

Opdrachten onder deze Raamovereenkomst kunnen bestaan uit het gehele onderzoekstraject of delen daaruit. Opdrachtnemer moet in staat zijn om een volledig onderzoekstraject uit te voeren. Een volledig onderzoekstraject kan bestaan uit de volgende onderdelen, die in de verdere sub paragrafen verder worden uitgewerkt:

1. probleemverkenning en formuleren van doelstelling en onderzoeksvragen;
2. adviseren over de onderzoeksopzet en onderzoeksmethoden;
3. voeren van een startgesprek;
4. organiseren en uitvoeren van het onderzoek;
5. verwerking en analyse van de onderzoeksresultaten;
6. rapportage/presentatie van de inzichten uit de onderzoeksresultaten;
7. advisering en vertalen naar acties;
8. projectorganisatie en samenwerking.

Niet bij alle projecten onder deze Raamovereenkomst zal het altijd om alle bovenstaande werkzaamheden gaan. Zo kan het bijvoorbeeld voorkomen dat er alleen een rapportage gewenst is van de inzichten en geen aanbevelingen op basis van de inzichten vertaald naar acties. Ook kan het voorkomen dat het voeren van een startgesprek niet noodzakelijk is, omdat de Nadere opdrachtgever al goed weet wat de probleemstelling, doelstelling en onderzoeksvragen van een vraagstuk zijn. Daar waar geen beroep wordt gedaan op een volledig traject, zal dat expliciet worden vermeld door de Nadere opdrachtgever.

2.5.1 Probleemverkenning en formuleren van doelstelling en onderzoeksvragen

In de probleemverkenning wordt de vraag van de Nadere opdrachtgever vertaald naar de probleemstelling van het onderzoek. Daarin spelen onder andere de volgende punten een rol:

- het beoogde gebruik van de onderzoeksresultaten, de verwachtingen van de Nadere opdrachtgever,
- de toegevoegde waarde van het onderzoek ten opzichte van andere (sturings)informatie,
- afwegingen of besluiten die het onderzoek moet ondersteunen
- de beleidsmatige, bestuurlijke en politieke manoeuvreerruimte die de Nadere opdrachtgever heeft spelen hier een rol.

De doelstelling geeft antwoord op de vraag waarom het onderzoek nodig is. Welke kennis of inzichten zijn er nodig die een bijdrage kunnen leveren aan de mogelijke oplossingen van het probleem? De onderzoeksvragen zijn de vragen waarop het onderzoek specifiek een antwoord moet gaan geven.

Eisen aan de probleemverkenning, formulering van de doelstelling en de onderzoeksvragen

- Opdrachtnemer voert een goede probleemverkenning uit.
- Opdrachtnemer benoemt een duidelijk afgebakend probleem op basis van de probleemverkenning, waaruit begrip van het vraagstuk blijkt.
- Opdrachtnemer formuleert een duidelijke doelstelling van het onderzoek. De doelstelling is eenduidig, concreet en in begrijpelijke taal geformuleerd.
- Opdrachtnemer formuleert onderzoeksvragen die duidelijk aangeven wat de Nadere opdrachtgever wil weten van de onderzoeksdoelgroep(en), die realistisch zijn geformuleerd en goed zijn afgebakend in relatie tot de doelstelling van het onderzoek.

2.5.2 Adviseren over de onderzoeksopzet en -methoden

De onderzoeksopzet laat zien hoe het onderzoek wordt uitgevoerd. Hierin wordt benoemd wie de doelgroep(en) van het onderzoek is/zijn, welke onderzoeksmethode(n) wordt/worden ingezet en wat de randvoorwaarden zijn. Opdrachtgever verwacht binnen deze Raamovereenkomst (online) facial coding niet als methode te zullen inzetten.

Eisen aan het adviseren over de onderzoeksopzet en -methoden

- Opdrachtnemer benoemt de doelgroep(en) van het onderzoek op basis van relevante socio-demografische kenmerken en andere relevante kenmerken.
- Opdrachtnemer onderbouwt een advies voor onderzoeksmethoden dat past bij het probleem en een antwoord zal geven op de onderzoeksvragen binnen de gestelde randvoorwaarden van budget en planning. Het advies zal binnen deze Raamovereenkomst bestaan uit de inzet van (varianten van) kwantitatief onderzoek met soms een beperkte aanvulling door andere onderzoeksmethoden.
- Opdrachtnemer dient minimaal in staat te zijn om online kwantitatief onderzoek uit te voeren met behulp van een respondentenpanel en als variant hierop een bestand met respondenten aangereikt door de Nadere opdrachtgever.
- Opdrachtgever dient ten minste te beschikken over een pragmatische methode voor het online meten van attentiewaarde van zowel stilstaande uitingen als video. De uitingen moeten daarbij in context getest kunnen worden (zoals een opgemaakte site voor een online advertentie, een reel voor video of een buitenomgeving voor een poster).
- Opdrachtgever dient ten minste te beschikken over een methode voor het geven van feedback op detailniveau waarbij respondenten in of op de uiting kunnen aangeven welk onderdeel hen (niet) aanspreekt of (on)duidelijk is en daarbij toelichting kunnen geven.
- Opdrachtnemer zet onderzoeksmethoden in die zijn gebaseerd op de laatste ontwikkelingen binnen het vakgebied communicatieonderzoek.
- Daarnaast is het belangrijk dat Opdrachtnemer verbanden kan leggen met andere bronnen die beschikbaar zijn en eventueel eerder uitgevoerde nadere opdrachten, wanneer de Nadere opdrachtnemer dit wens. Bijvoorbeeld in de vorm van een benchmark.

Specifieke wensen ten aanzien van de onderzoeksopzet en -methoden

- De Opdrachtgever vindt het wenselijk dat de Opdrachtnemer ook andere onderzoeksmethoden aanvullend op kwantitatief onderzoek kan uitvoeren. Het gaat hierbij om bijvoorbeeld om:
 - het doen van kleinschalig kwalitatief onderzoek
 - het doen van onderzoek aan de hand van oogbewegingen (eyetracking) en/of muisbewegingen (mouse tracking)
 - het op grote schaal verwerken van open antwoorden om zo een meer kwalitatieve analyse te kunnen maken

- o het toepassen van gamification in een vragenlijst.
 - o het impliciet of expliciet in kaart brengen van emoties en/of sentiment naar aanleiding van een communicatie-uiting.
- Ten slotte heeft Opdrachtgever de wens om de doorontwikkeling van de onderzoeksmethoden voor kwantitatief pretesten gedurende de samenwerkingsperiode mogelijk te maken. Dat kan bijvoorbeeld gaan om het op basis van wensen van Opdrachtgever en Nadere opdrachtgever(s) en ontwikkelingen in campagnes, het medialandschap en onderzoekstechnieken in samenspraak met Opdrachtgever nieuwe onderzoeksmethoden te ontwikkelen of uittesten. Opdrachtnemer adviseert hierbij proactief over de doorontwikkeling van bestaande technieken en de ontwikkeling van nieuwe technieken en informeert Opdrachtgever over innovatie binnen de methoden voor het kwantitatief pretesten van communicatiemiddelen.

2.5.3 Voeren van een startgesprek

Een startgesprek is een gesprek dat wordt gevoerd tussen de Nadere opdrachtgever en de Opdrachtnemer, bij grotere opdrachten meestal op de locatie van de Nadere opdrachtgever. Bij kleinschalige opdrachten of opdrachten met een korte doorlooptijd kan een telefonisch of online overleg volstaan. Bij het gesprek zijn de belangrijkste betrokkenen vanuit de Nadere opdrachtgever en de Opdrachtnemer aanwezig.

In dit gesprek worden de context en de uitgangspunten (de probleemstelling), het doel van de opdracht, de te beantwoorden onderzoeksvragen en de onderzoeksopzet besproken.

Ook worden er werkafspraken gemaakt over de uitvoering van de Nadere overeenkomst.

Eisen aan het voeren van een startgesprek

- Opdrachtnemer fungeert als volwaardige gesprekspartner.
- Opdrachtnemer reflecteert op de vraag van de Nadere opdrachtgever en de informatie die hem voorafgaand aan het gesprek of in het gesprek wordt aangereikt door de Nadere opdrachtgever.
- Er is minimaal één senior onderzoeker (zie projectorganisatie) aanwezig die ook eindverantwoordelijk is voor de analyse en rapportage.

2.5.4 Organiseren en uitvoeren van het onderzoek

De organisatie en uitvoering van het onderzoek bevat een tweetal aspecten:

- Opstellen van een vragenlijst.
- Organiseren en uitvoeren van het veldwerk.

Eisen aan het proces en de doorlooptijd

Opdrachtgever de volgende eisen:

- Opdrachtnemer is in staat om het gehele onderzoekstraject tot en met de rapportage op hoofdlijnen uit te voeren in vier werkdagen wanneer aan de volgende voorwaarden wordt voldaan:
 - o Inzet van uitsluitend een online vragenlijst, eventueel aangevuld met een methode voor het meten van aandacht en/of attentiewaarde; en
 - o Een doelgroep die gemakkelijk te werven is in het algemeen Nederlands publiek

In dit geval wordt gewerkt volgens het volgende tijdpad:

- o Opdrachtnemer bereidt de test indien nodig in 24 uur zodanig voor dat na aanlevering van de communicatiemiddel(en) het veldwerk binnen nog eens 24 uur kan worden opgestart.
 - o Opdrachtnemer voert het veldwerk tot en met drie verschillende typen communicatiemiddelen in 24 uur uit.
 - o Opdrachtnemer levert een tabellenrapportage of rapportage op hoofdlijnen binnen 24 uur na afronding van het veldwerk.
- Bij inzet van onderzoek met andere opzet aanvullende methoden en/of een afwijkende steekproef geeft Opdrachtnemer een nauwkeurige inschatting van de tijd in werkdagen die

nodig is van de start van het onderzoeksproject tot en met het opleveren van een tabellenrapportage of rapportage op hoofdlijnen.

- Opdrachtnemer is in staat om binnen drie werkdagen na afronding van het veldwerk een volledige rapportage inclusief conclusies en aanbevelingen op te leveren.
- Opdrachtnemer biedt de mogelijkheid om een 'hertest' (re-test) van de uiting(en) uit te voeren. Bij een dergelijke test wordt dezelfde onderzoeksopzet aangehouden als in de eerste test. Opdrachtgever verwacht daarom dat het mogelijk is om bij een hertest een kortere doorlooptijd en lagere kosten aan te houden dan bij de originele test.

2.5.4.1 Opstellen van een vragenlijst

De geformuleerde doelstelling en vraagstellingen worden vertaald naar een vragenlijst voor (kwantitatief) onderzoek. Meestal stelt de Opdrachtnemer deze op, op basis van de verkregen achtergrondinformatie. Opdrachtgever kan wanneer het onderzoek daartoe aanleiding geeft daarbij (deels) gebruik maken van beproefde formats of modules (bijvoorbeeld uit eerder uitgevoerde nadere opdrachten) voor zover die formats of modules voldoende aansluiten bij de onderzoeksvraag. Bij sommige nadere opdrachten kan de Nadere opdrachtgever de vragenlijst zelf aanleveren. Een vragenlijst voor online kwantitatief onderzoek wordt door Opdrachtnemer geprogrammeerd en getest. Indien Nadere opdrachtgever dit wenst, test de Nadere opdrachtgever deze ook.

Eisen aan het opstellen van een vragenlijst

- Opdrachtnemer stelt vragenlijsten op die een goede vertaling zijn van de doelstelling en de onderzoeksvragen.
- Opdrachtnemer is in staat vragenlijsten op te stellen die zo kort mogelijk zijn, een logische structuur bevatten, in een aantrekkelijke vorm worden aangeboden en voor respondenten begrijpelijk zijn geformuleerd.
- Opdrachtnemer legt de conceptvragenlijst voor ter goedkeuring bij de Nadere opdrachtgever.
- Opdrachtnemer test de geprogrammeerde vragenlijsten vooraf op routing en werking.

2.5.4.2 Organiseren en uitvoeren van het veldwerk

Opdrachtnemer verzamelt populatiegegevens van de te onderzoeken doelgroep(en) en maakt een steekproefopzet. In het respondentenpanel wordt eventueel een screening uitgevoerd. Er wordt een steekproef getrokken en een test gedaan onder een deel van de steekproef (soft launch). Wanneer (ook) respondenten online of via andere media voor éénmalige deelname worden geworven, worden deze gescreend op de relevante criteria en achtergrondvariabelen.

Eisen aan het werven van respondenten

- Opdrachtnemer kan alle doelgroepen voor communicatieonderzoek bij de Rijksoverheid (zie paragraaf 2.2 van bijlage 1 Opdrachtingschrijving) werven en ondervragen.
- Opdrachtnemer zorgt ervoor dat wordt voldaan aan de in de Nadere overeenkomst afgesproken omvang en samenstelling van de steekproef.
- De steekproefprocedures waarborgen de representativiteit van de steekproeven.

Eisen aan het respondentenpanel

- Opdrachtnemer heeft gedurende de duur van de Raamovereenkomst de beschikking over een respondentenpanel dat continu onderhouden en geactualiseerd wordt.
- Uit het respondentenpanel kunnen steekproeven worden getrokken die representatief zijn voor Nederlanders van twaalf jaar en ouder op de variabelen leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, gezinssamenstelling, inkomensklasse, afkomst en regio.
- Daarnaast kunnen uit het respondentenpanel steekproeven worden getrokken die representatief zijn voor specifieke doelgroepen, in ieder geval van identificeerbare groepen die in Nederland 5% of meer van de Nederlandse populatie uitmaken.

- Met de omvang en samenstelling van het panel streeft Opdrachtnemer ernaar dat het mogelijk is om iedere respondent maximaal eenmaal in de looptijd van de Raamovereenkomst voor communicatieonderzoek over hetzelfde onderwerp voor de Rijksoverheid te laten participeren.
- De werving, samenstelling en het beheer van het panel waarborgen een hoge kwaliteit van het panel die zich uit in een hoge respons en lage uitval.

Eisen aan organisatie en uitvoering van veldwerk

- De steekproef wordt gestratificeerd en gequoteerd om de weegfactoren zo beperkt mogelijk te houden. Hierbij wordt rekening gehouden met te verwachten verschillen in respons tussen de doelgroepen (cellen) in de steekproef.
- Tijdens de dataverzameling wordt de respons gecontroleerd, worden maatregelen genomen indien de respons achterblijft en kwaliteitschecks gedaan op de data.
- Opdrachtnemer realiseert de afgesproken netto steekproefgrootte en quota's waardoor voldoende representatieve respons wordt gegenereerd.
- Opdrachtnemer draagt – indien van toepassing – zorg voor de goede uitvoering van aanvullende niet-kwantitatieve delen van het onderzoek en brengt samenhang aan tussen dit aanvullend onderzoek en het kwantitatieve onderzoek.

2.5.5 Verwerking en analyse van de onderzoeksresultaten

Tijdens of na afloop van een onderzoek dat is uitgevoerd, worden de onderzoeksresultaten door de Opdrachtnemer geanalyseerd.

Eisen aan de analyse van de onderzoeksresultaten

- Opdrachtnemer is in staat om op analytische en objectieve wijze de onderzoeksresultaten te vertalen naar inzichten, waarbij de onderzoeksvragen als leidraad dienen. Inzichten geven duiding aan de resultaten en maken helder wat de 'rode draad' of de essentie is.
- Opdrachtnemer beschouwt – indien van toepassing – verschillende al dan niet kwantitatieve onderdelen van een onderzoek in samenhang.
- De Opdrachtnemer is in staat om de resultaten te analyseren vanuit een breed perspectief, waarbij de onderzochte vraagstelling wordt geanalyseerd binnen de context van bredere maatschappelijke en politieke ontwikkelingen.

Eisen aan de verwerking en analyse van de onderzoeksresultaten

- Opdrachtnemer voert checks uit op de kwaliteit van de ruwe data en verwijdert data die van onvoldoende kwaliteit zijn.
- De steekproef- en wegingsprocedure zijn zodanig ingericht dat de representativiteit op alle bekende populatiekenmerken zo goed mogelijk geborgd wordt conform een vooraf opgesteld steekproefdesign.
- De Opdrachtnemer is in staat om rechte tellingen en tabellenrapportages met relevante uitsplitsingen naar sociaal-demografische variabelen, sub-doelgroepen en andere voor het onderzoek relevante variabelen op te leveren.
- De Opdrachtnemer is in staat om gangbare statistische toetsen toe te passen.

2.5.6 Rapportage van de inzichten uit de onderzoeksresultaten

DPC hecht sterk aan kwalitatief hoogwaardige rapportages. Welke rapportage gewenst is wordt voorafgaand aan het onderzoek, per Nadere overeenkomst, in overleg met de Nadere opdrachtgever bepaald. De vorm van de rapportage dient aan te sluiten bij de gebruiker(s) van het onderzoek. De gebruikers van rapporten zijn primair onderzoeksadviseurs, communicatie- en campagneadviseurs, woordvoerders, redacteurs en partijen die communicatiemiddelen ontwikkelen (zoals reclamebureaus). Dit maakt dat rapporten in vorm kunnen variëren, omdat de behoefte aan informatie verschilt. De vorm van de rapportage dient efficiënt te zijn in het gebruik. Dat wil zeggen dat de gebruikers van de rapportage in één oogopslag moeten kunnen zien waar mogelijkheden voor optimalisatie liggen. Opdrachtgever verwacht hier geen uitgebreide tekstuele rapportages, maar bondige en overzichtelijke rapportages waarbinnen bevindingen, interpretatie en

conclusies met elkaar verbonden zijn. Het kan ook betekenen dat er meerdere rapportagevormen binnen één Nadere overeenkomst moeten worden verzorgd. Hierbij kan gedacht worden aan een uitgebreide rapportage zoals een tekstrapport of een powerpointrapport, korte rapportages zoals een managementsamenvatting of een rapportage op hoofdlijnen. Ook de timing van oplevering van rapportages is belangrijk. Soms is het nodig om snel al eerste resultaten te leveren, omdat de actualiteit daar om vraagt. Dashboards kunnen een handig hulpmiddel zijn bij het uitwisselen van informatie en het opleveren van tussentijdse resultaten.

Hieronder worden de verschillende vormen van rapportages benoemd die Opdrachtnemer in ieder geval moet kunnen leveren.

Bespreking van de ruwe data

Indien gewenst kan op basis van de eerste resultaten in de vorm van tabellen een samenvatting van de belangrijkste bevindingen gemaakt worden door de Opdrachtnemer. De tabellen en de samenvatting vormen de basis voor een (telefonisch) gesprek met de Nadere opdrachtgever over de interpretatie van deze bevindingen. Deze bespreking kan vervolgens input bieden voor de uiteindelijke rapportage.

Rapportage op hoofdlijnen

Opdrachtnemer kan kort en bondig een rapportage van enkele slides opleveren. Het rapport bevat de belangrijkste resultaten, de conclusies op hoofdlijnen en eventuele aanbevelingen. Bespreking van de ruwe data en/of een mondeling debrief kunnen een belangrijke basis vormen voor deze rapportage.

Uitgebreide rapportage

Opdrachtnemer is in staat een uitgebreide rapportage op te leveren waarin alle relevante resultaten voor de beantwoording van de onderzoeksvragen zijn beschreven. De resultaten zijn geïllustreerd met tabellen, grafieken, beelden, foto's en/of citaten. Daarnaast bevat het onderzoek conclusies die een antwoord geven op de onderzoeksvragen in het licht van de doelstelling van het onderzoek.

Presentatie of workshop

Opdrachtnemer verzorgt desgewenst een presentatie van de resultaten of workshop door een betrokken onderzoeker op een locatie naar wens van de Nadere opdrachtgever.

Eisen aan de rapportage

- Opdrachtnemer is in staat bovenstaande rapportagevormen te leveren.
- Rapportages hebben een heldere structuur, zijn kort, bondig en toegankelijk geschreven op het niveau van de gebruiker.
- Rapportages bevatten een foutloze beschrijving van de resultaten.
- Rapportages bevatten een helder en éénduidig antwoord op de onderzoeksvragen die zijn geformuleerd in de context van het doel van het onderzoek.
- Rapportages bevatten heldere conclusies en (indien gewenst) aanbevelingen die logisch voortvloeien uit de resultaten. Alle elementen worden op een onderling samenhangende wijze gepresenteerd (bijvoorbeeld een piramidaal opgebouwd rapport) en grafieken en/of tabellen worden altijd beknopt toegelicht.
- Rapportages onderscheiden duidelijk wat de feiten of bevindingen zijn uit het onderzoek en wat de interpretatie is van Opdrachtnemer. Onder *feiten* wordt verstaan de bevindingen uit het onderzoek en de conclusies die daaraan verbonden zijn, onder *interpretatie* wordt verstaan (bijvoorbeeld) de manier waarop Opdrachtnemer in het rapport voor gevonden bevindingen verklaringen aandragt die niet direct voortkomen uit het onderzoek (maar bijvoorbeeld uit eerdere ervaringen van Opdrachtnemer met het onderwerp).
- Opdrachtnemer stelt documenten die door Opdrachtgever openbaar gemaakt worden zodanig op dat deze voldoen aan de eisen voor digitale toegankelijkheid. Opdrachtnemer kan hierbij gebruik maken van een richtinggevende handreiking die DPC uiterlijk bij ingang van de Raamovereenkomst zal verstrekken. Indien een rapport op verzoek van een Nadere opdrachtgever digitaal toegankelijk opgeleverd moet worden, dan rekent Opdrachtnemer hiervoor op basis van maximaal het uurtarief van een junior onderzoeker 5 minuten voor een

tekstpagina en 6 minuten voor een complexere pagina. (zie paragraaf 2.10 Beschrijvend document)

- Rapportages worden geschreven door de medewerker van Opdrachtnemer die aanwezig is geweest bij het intakegesprek (in het geval dit is gevoerd) en de vaste contactpersoon is voor de Nadere overeenkomst.
- Opdrachtnemer laat rapporten altijd eerst tegenlezen door een collega van minimaal senior niveau voordat deze naar de Nadere opdrachtgever wordt opgestuurd. Met senior niveau wordt bedoeld iemand met minimaal een HBO-opleiding en minimaal vijf jaar relevante werkervaring. Bij presentaties is minimaal één senior onderzoeker aanwezig die ook eindverantwoordelijk is voor de analyse en rapportage.
- Uitgebreide rapportages bevatten altijd een verantwoording over het verloop van de dataverzameling.
- Rapportages bevatten, indien gebruikt, het testmateriaal en, indien gewenst, de vragenlijst.

2.5.7 Advisering en vertalen naar acties

De resultaten en conclusies uit een pretest vormen vaak de basis voor aanpassingen in de communicatiemiddelen. Een advies op basis van communicatieonderzoek slaat de brug tussen het rapport en de praktijk van de beleids- en communicatieprofessionals bij de Rijksoverheid. De doorvertaling naar acties maakt het advies concreet en maakt helder wat de volgende stappen zijn. Het proces van adviseren en vertalen naar acties kan op verschillende manieren plaatsvinden, bijvoorbeeld in een persoonlijk gesprek of in een presentatie of een workshop met direct betrokkenen, maar in vaak in voorstellen voor direct toepasbare wijzigingen. Een advies en acties worden vaak ook weer vastgelegd in het uiteindelijke rapport of in een aparte notitie. Het formuleren van het advies en acties zijn activiteiten die door de Opdrachtnemer kunnen worden uitgevoerd al dan niet in samenwerking met de Nadere opdrachtgever. Dit verschilt per Nadere opdrachtgever.

Eisen aan advisering en vertaling naar acties

- Opdrachtnemer is in staat om een accuraat en bruikbaar advies te geven op basis van de conclusies van het onderzoek dat een duidelijke meerwaarde geeft aan de onderzoeksresultaten. De aanbevelingen zijn primair gericht op optimalisatie en dienen realistisch te zijn in de context van de ontwikkeling van de uiting. Dit betekent dat Opdrachtnemer bij het doen van aanbeveling rekening houdt met de tijd en ruimte die er is om aanbevelingen door te voeren. Denk hierbij aan aanpassingen in copy, het script van de voice-over bij radio, en edits bij video.
- Opdrachtnemer is in staat zich in te leven in de Nadere opdrachtgever en in staat om zijn adviesstijl hier op aan te passen.
- Opdrachtnemer is in staat om verschillende werkvormen toe te passen om conclusies te vertalen naar adviezen en vervolgacties.

2.5.8 Projectorganisatie en samenwerking

De Rijksoverheid opereert in een complexe, dynamische en veeleisende omgeving. De onderzoeksbehoefte is vaak complex, de onderzoekstrajecten zijn uitdagend en de kwaliteitsstandaarden zijn hoog. Dit betekent dat Opdrachtgever hoge verwachtingen heeft van Opdrachtnemer. Daarbij wordt van Opdrachtnemer verwacht dat deze in de samenwerking en binnen de invulling van de Nadere opdrachten om kan gaan met de politiek-bestuurlijke context van Opdrachtgever.

Het efficiënt en op hoogwaardig niveau uitvoeren van onderzoek stelt eisen aan de wijze waarop de projectorganisatie is ingericht en hoe er met de Nadere opdrachtgever wordt samengewerkt. Er wordt van de Opdrachtnemers verwacht dat ze een professionele projectmatige manier van werken hebben. De wijze van samenwerken is van belang. Dit kan op de meer traditionele Opdrachtgever/Opdrachtnemer manier zijn, maar ook als samenwerkingspartner. Daarnaast is

Opdrachtgever geïnteresseerd in relevante onderzoeken die door Opdrachtnemer zijn uitgevoerd in eigen beheer of die openbaar zijn en die relevant zijn voor Nadere opdrachtgevers.

Eisen aan de projectorganisatie

- De Opdrachtnemer zorgt voor een vast aanspreekpunt en een vaste vervanger als contactpersonen voor de Opdrachtgever en de Nadere opdrachtgevers.
- De contactpersoon is een senior onderzoeker met minimaal een HBO-opleiding en vijf jaar relevante werkervaring, op verzoek van Opdrachtgever en Nadere opdrachtgever aan te tonen met een curriculum vitae (CV).
- De vaste contactpersonen hebben de beschikking over een kwalitatief hoogwaardig team dat in staat is de Nadere overeenkomsten op de vereiste wijze uit te voeren.
- Opdrachtnemer dient te beschikken over protocollen voor projectmanagement en kwaliteitsborging en een structurele wijze van evaluatie van projecten en samenwerking.
- De projectorganisatie en samenwerking zijn onderdeel van het jaargesprek tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer.
- Opdrachtnemer informeert Opdrachtgever minimaal één keer per jaar over ontwikkelingen op het gebied van nieuwe onderzoeksmethoden of -instrumenten specifiek op het gebied van kwantitatief communicatieonderzoek.
- Opdrachtnemer neemt ten minste één keer per jaar deel aan bijeenkomsten waarin innovatie binnen de Raamovereenkomst centraal staat. Opdrachtnemer brengt hiervoor geen kosten in rekening.

3 Opdrachtverstrekking

3.1 Sluiten van Nadere overeenkomsten

Na het sluiten van een Raamovereenkomst tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer sluiten de Nadere opdrachtgevers Nadere overeenkomsten. Hieronder wordt aangegeven op welke wijze Nadere overeenkomsten worden gesloten.

Offerteaanvraag

Nadere opdrachtgever zet voor elke Nadere overeenkomst een offerteaanvraag uit bij Opdrachtnemer. De offerteaanvraag bevat in ieder geval de volgende elementen:

- omschrijving van de opdracht onder de Nadere overeenkomst;
- looptijd van de Nadere overeenkomst;
- termijn voor het indienen van een Nadere offerte.

DPC als Opdrachtgever stelt een format beschikbaar, waarin alle relevante elementen staan die voor de Nadere opdrachtgevers noodzakelijk zijn voor het opstellen van een Nadere offerteaanvraag.

De scope van de Nadere overeenkomsten kan sterk uiteenlopen en wordt bepaald in de Nadere offerteaanvraag.

3.2 Nadere briefing, offerte en opdrachtbrief

In sommige gevallen zal de Nadere opdrachtgever na ondertekening van de Nadere overeenkomst middels een nadere briefing aan de Opdrachtnemer vragen om een concreet plan met kostenopgave voor de gevraagde werkzaamheden. Dit kan zich meerdere malen herhalen onder een Nadere overeenkomst.

Vervolgens:

- Dient de Opdrachtnemer op basis van deze nadere briefing een nadere offerte in voor de gevraagde werkzaamheden. In deze nadere offerte is een concreet plan uitgewerkt en bevat onder andere een gespecificeerde kostenopgave voor de betreffende werkzaamheden.
- Ontvangt de Opdrachtnemer na goedkeuring van deze nadere offerte door de Nadere opdrachtgever een getekende nadere opdrachtbrief en voert de Opdrachtnemer de werkzaamheden uit.

In andere gevallen is de offerteaanvraag al zo concreet geformuleerd dat er geen nadere briefing, offerte en opdrachtbrief nodig zijn.

De concept-Raamovereenkomst is als bijlage 7A van het Beschrijvend document opgenomen. Deze Raamovereenkomst omvat het model voor de Nadere overeenkomst.

Ook kan er sprake zijn van een zogenaamde 'spoedopdracht': een opdracht in het geval een Nadere opdrachtgever te maken heeft met een crisissituatie: een onvoorzien incident, een noodsituatie of een ingrijpende politiek-bestuurlijke ontwikkeling waarbij overheidsinstanties (in het landsbelang) acuut moeten optreden. Het gaat hierbij alleen om opdrachten die binnen maximaal 24 uur moeten worden uitgevoerd. In dit geval dient de Opdrachtnemer telefonisch en via e-mail te worden benaderd om binnen één uur aan te geven of zij in staat zijn om de onvoorziene onderzoeksactiviteiten uit te voeren; binnen twee uur een beknopte Nadere offerte op te stellen; en uitvoering van veldwerk en oplevering van resultaten te realiseren binnen de gewenste planning.

4 Contract- en kwaliteitsmanagement

4.1 De rol van DPC

Zes rijksbrede Raamovereenkomsten voor communicatieonderzoek

DPC beheert sinds 2008 een collectieve infrastructuur voor communicatieonderzoek. Deze infrastructuur is ingericht op veelvoorkomende vormen van toegepast communicatieonderzoek bij de Rijksoverheid. In beginsel participeren alle onderdelen die behoren tot de Staat der Nederlanden in deze infrastructuur. Deze infrastructuur bestaat momenteel uit:

- Een raamovereenkomst voor het uitvoeren van onderzoek middels research communities.
- Een raamovereenkomst voor algemeen kwantitatief communicatieonderzoek.
- Een raamovereenkomst voor kwalitatief communicatieonderzoek.
- Een raamovereenkomst voor het uitvoeren van onderzoek naar digitale middelen.
- Een raamovereenkomst voor het uitvoeren van webanalyse.
- Een overheidsopdracht voor het uitvoeren van campagne-effectonderzoek.

DPC verzorgt als Opdrachtgever het contractmanagement van deze Raamovereenkomst en stelt hiervoor contractmanagers aan. De contractmanagers bewaken en geven uitvoering aan het kwaliteitsmanagement van de Raamovereenkomst en de Nadere overeenkomsten.

- De contractmanagers zijn voor Opdrachtnemer en Nadere opdrachtgevers aanspreekpunt bij incidenten, calamiteiten en conflicten die vragen om ondersteuning of bemiddeling tussen Nadere opdrachtgever en Opdrachtnemer.
- De contractmanagers informeren Opdrachtnemer over ontwikkelingen, processen en afspraken bij de Rijksoverheid die relevant zijn voor deze Raamovereenkomsten.
- De contractmanagers organiseren na het sluiten van de Raamovereenkomsten in samenspraak met de Opdrachtnemer de overlegstructuur en een escalatiemodel.

4.2 Contractmanagementstrategie DPC – Leveranciers

COMMUNICATIEMATRIX				
Overleg	Doel/onderwerpen	Frequentie	Deelnemers leverancier (functie en/of naam)	Deelnemers DPC (functie en/of naam)
Strategisch	Communicatie over opgeschaalde incidenten en conflicten	Ad hoc	Lid MT leverancier	Clustercoördinator Communicatie-onderzoek DPC
Tactisch	Communicatie over ontwikkelingen op organisatieniveau, ontwikkelingen met betrekking tot de Raamovereenkomst, terugkijken afgelopen periode op basis van de periodieke rapportage (incidenten, % gegunde opdrachten binnen de Raamovereenkomst, et cetera), vooruitkijken (ontwikkelingen vakgebied; (jaarlijks) een kennismiddag et	Eén a tweemaal per jaar	Contactpersonen leverancier	Contractmanagers DPC

	cetera); wijzigingen.			
Operatio- neel	Communicatie met betrekking tot een Nadere opdracht. Dit kan te maken hebben met: - Offerteaanvraag - Gunning - Uitvoering opdracht (Proces, samenwerkingsrelatie, kwaliteit opzet onderzoek, kwaliteit veldwerk, kwaliteit rapportage) - Evaluatie	Ad hoc	Contactpersonen leverancier	Indien DPC Nadere opdrachtgever is: adviseur communicatie onderzoek DPC Indien DPC geen Nadere opdrachtgever is: de contactpersoon bij het betreffende Rijks onderdeel

4.3 Kwaliteit

Omdat de Opdrachtgever veel waarde hecht aan de kwaliteit van de dienstverlening, wordt deze op verschillende manieren en momenten geëvalueerd. De Opdrachtgever onderscheidt twee niveaus in de evaluaties; het niveau van de Raamovereenkomst en het niveau van een Nadere overeenkomst.

4.3.1 Evaluatie van de Raamovereenkomst

De contractmanagers houden evaluatiegesprekken om te toetsen of de samenwerking naar tevredenheid en volgens afspraak verloopt. Eén keer per jaar voeren de contractmanagers van DPC een evaluatiegesprek met de Opdrachtnemer.

De Opdrachtnemer rapporteert jaarlijks aan DPC via een door DPC opgesteld format in Excel over gegunde opdrachten en spend. Dit document wordt door Opdrachtnemer doorlopend bijgewerkt. (dit document wordt later aangeleverd). Het evaluatiegesprek is in hoofdzaak gebaseerd op dit document en de evaluaties van nadere opdrachten.

Het jaarlijkse evaluatiegesprek, de spend en eventuele veranderingen in de wetgeving vormen de basis voor de beslissing of de Raamovereenkomst wordt verlengd. Daarom vindt ook uiterlijk vier maanden voor het aflopen van de Raamovereenkomst een aanvullend evaluatiegesprek plaats. De Opdrachtnemer wordt vertegenwoordigd door minimaal één vast contactpersoon. Van de gesprekken maakt de Opdrachtnemer een kort verslag en dit gespreksverslag wordt ter kennisgeving aan de Opdrachtgever gestuurd.

Indien nodig kan de Opdrachtgever ook tussentijdse voortgangsgesprekken met de Opdrachtnemer voeren, bijvoorbeeld bij incidenten. Er kunnen dan aanvullende werkafspraken of verbeterplannen gemaakt worden.

4.3.2 Evaluatie van de nadere opdrachten

De Opdrachtnemer evalueert iedere Nadere overeenkomst zelf met de Nadere opdrachtgever. De vorm waarin dit gebeurt is vrij, waarbij Opdrachtgever voldoende kwalitatieve informatie verlangt om de geleverde Diensten te kunnen beoordelen. De contractmanagers van DPC ontvangen, bij de rapportages een beknopt verslag van elke evaluatie.

De evaluatie van de Nadere overeenkomst kent de volgende aspecten:

1. De kwaliteit en tevredenheid over de uitvoering van de werkzaamheden onder Nadere overeenkomst:
 - Zijn de werkzaamheden naar wens uitgevoerd?

- Hoe is de samenwerking met de Opdrachtnemer verlopen?
- Beschikte Opdrachtnemer over de benodigde kennis en ervaring voor de uitvoering van de werkzaamheden?

2. De kwaliteit van en tevredenheid over de Opdrachtnemer:

- Hoe heeft de Nadere opdrachtgever de dienstverlening door Opdrachtnemer ervaren?

Nadere opdrachtgevers kunnen de contractmanagers van DPC benaderen met vragen, of signalen afgeven wanneer zij niet tevreden zijn met de dienstverlening door de Opdrachtnemer. Dit kan dienen als input voor de evaluatie van de Raamovereenkomst. Opdrachtnemers kunnen eveneens contact opnemen met de contractmanagers van DPC met vragen, signalen afgeven wanneer zij niet tevreden zijn over de samenwerking met een Nadere opdrachtgever.

4.4 Verbeterplan

Een incident of een evaluatiegesprek kan aanleiding zijn tot het opstellen van een verbeterplan door Opdrachtnemer. Dit kan op verzoek van Opdrachtgever zijn. Een verbeterplan moet bestaan uit:

- Beschrijving van het probleem/aanleiding.
- Huidige situatie.
- Gewenste situatie.
- Beschrijving van de werkwijze hoe te komen tot de gewenste situatie.
- Verantwoordelijke personen en beschrijving van hun rol/verantwoordelijkheden.
- Planning.

4.5 Escalatiemodel

Wanneer er sprake is van een conflict gedurende de uitvoering van een opdracht, dan kan er op de volgende niveaus geëscaleerd worden:

Escalatieniveau	Wie
Operationeel niveau	Nadere opdrachtgever
Tactisch niveau	Contractmanager DPC
Strategisch niveau	Clustercoördinator communicatieonderzoek DPC* <i>*Met mandaat van de directeur. Indien nodig kan er opgeschaald worden naar de directeur DPC.</i>