

Bijlage 1 Open vragen

Rijn IJssel wil graag een beeld krijgen van inschrijver hoe zij de dienstverlening kwalitatief in gaat vullen. De wijze van beoordelen staat beschreven in paragraaf 5.4 van de selectieleidraad.

Eventuele kosten die verbonden zijn aan de door u aangeboden oplossingen dient u in uw prijsopgave (prijzenblad) mee te nemen. Er kunnen dus geen separate kosten in rekening worden gebracht bij de uitvoering van de in uw antwoorden opgegeven uitkomsten, tenzij hier expliciet naar wordt gevraagd.

Rijn IJssel verwacht van inschrijvers dat zij aan de hand van de onderstaande open vragen helder en haalbaar omschreven ideeën en plannen indienen. Rijn IJssel is benieuwd naar de visie van inschrijvers. Realistisch en specifiek. Maar dien **géén** volledig uitgewerkte oplossing en/of (product)voorstel in.

Inschrijvers dienen de open vragen in totaal op maximaal 5x A4-formaat tekstpagina's, (minimale lettergrootte 11, lettertype Calibri) te beantwoorden. Inschrijver krijgt hiermee de vrijheid de lengte per antwoord te kiezen en is niet gebonden aan een maximale tekst per onderwerp.

Open vraag-1:

Rijn IJssel wenst een plan van aanpak waarin wordt beschreven hoe zij haar dienstverlening inricht. Onderdelen waar volgens Rijn IJssel rekening mee gehouden moeten worden om de opdracht en samenwerking succesvol te laten zijn: verwerkersovereenkomst(en) en servicelevel agreement(s). Een goed ingerichte projectorganisatie, deliverables en gegevenskoppelingen. Licenties en het toekennen van rechten en rollen. Informatiebeveiliging & privacy. Back-up & (disaster) recovery en gebruikerstrainingen, en continuïteit in het geval van een faillissement of het wegvallen van sleutelfiguren bij de implementatie.

Rijn IJssel vraagt inschrijvers om op hoofdlijnen een omschrijving van zijn visie op een succesvol plan van aanpak te geven, rekening houdend met de hierboven omschreven onderdelen en de mogelijke risico's voor Rijn IJssel bij de implementatie.

Open vraag-2:

Bij Rijn IJssel wordt gebruik gemaakt van diverse externe systemen. Heeft inschrijver de mogelijkheid om alle externe systemen te integreren op de website?

Externe systemen:

Koppeling met Centraal Aanmelden

Doel: potentiële studenten voor een mbo- of vavo-opleiding melden zich via de website aan voor een opleiding naar keuze en worden voor het invullen van de aanvullende (persoons)gegevens doorgeleid naar de website van Centraal Aanmelden.

Route: van website naar Centraal Aanmelden

Aanvullend: aan de opleiding naar keuze hangt, op basis van opleiding, niveau, richting, instroommoment en locatie een RIO-code. Deze code gaat mee naar Centraal Aanmelden. In Centraal Aanmelden rond de potentiële student zijn aanmelding af.

SIS (studenten informatiesysteem)

Doel: aanmeldingen via de website worden geregistreerd in het studenten informatiesysteem. Na aanmelding ontvangt de aanmelder een bevestiging

Route: 1. van website naar systeem (registratie aanmelding)
2. van website naar aanmelder (bevestigingsmail)

Matomo (analytics tool)

Doel: Matomo is de analytics tool die de bewegingen op onze website in kaart brengt.

Route: van website naar systeem.

Flowbox (social media)

Doel: het doorplaatsen van berichten door en over Rijn IJssel op de verschillende social media platforms naar de website.

Route: van systeem naar website.

Trengo (chat functie)

Doel: bezoekers van de website kunnen via de chatfunctie op de website hun vraag stellen.

Route: van website naar systeem.

Dynamics 365 Marketing (marketing automation)

Doel: het beter in beeld brengen van de behoefte van de zoekende (potentiële) student in de verschillende fases van zijn journey. Voor de langere termijn: een 1-op-1 relatie aangaan/vertrouwensrelatie opbouwen met de klant/student en de relatie met oud-studenten behouden.

Route: van website naar systeem.

Virtuele tool

Deze tool is nu nog niet gekoppeld aan de website, momenteel wordt een meest passend systeem gezocht. De bedoeling is dat deze tool vanaf oktober aan de website wordt gekoppeld.

Doel: potentiële studenten kunnen via deze tool een kijkje nemen op de diverse locaties en worden middels video's in de tool geïnformeerd over de opleidingen.

Route: van website naar systeem.

Het is voor Rijn IJssel van groot belang dat de hierboven genoemde externe systemen worden gekoppeld, en verwacht van inschrijvers dat zij hiertoe in staat zijn. Maar hoe kijkt inschrijver tegen deze externe systemen aan? Ziet zij risico's bij de implementatie ervan? En hoe voorziet inschrijver in een geruisloze en kansrijke integratie en koppeling?

Open vraag-3:

Rijn IJssel wil de samenwerking met het regionale bedrijfsleven beter onder de aandacht brengen en het nauwer betrekken bij haar opleidingen. Rijn IJssel denkt daarbij zelf aan bijvoorbeeld een platform waar regionale vacatures en stageplaatsen worden getoond.

Is de website voor Rijn IJssel het ideale medium om haar banden met het (regionale) bedrijfsleven te versterken? Hoe ziet inschrijver dat de website ingericht moet worden zodanig dat deze specifieke doelgroep bereikt wordt?

Open vraag-4:

Vanaf 1 oktober 2021 verloopt de aanmelding voor mbo- en vavo-opleidingen via de voorziening Centraal Aanmelden MBO en VAVO (CAMBO). Hiervoor krijgt elke mbo-opleiding en vavo-opleiding per niveau, leerweg en locatie een unieke RIO-code die leidt naar CAMBO.

Rijn IJssel stelt zich hierbij een aantal vragen:

- Hoe wordt aan elke variant van een mbo-opleiding de unieke RIO code gekoppeld?
- Het uitgangspunt is de unieke RIO-code van een variant van een mbo-opleiding. Die code stuurt de bijbehorende informatie naar CAMBO, zodat we precies weten over welke variant van de opleiding het gaat.
- Het is nodig dat de verschillende varianten van een mbo-opleiding ieder een eigen code kunnen krijgen, waarbij de afzonderlijke informatie toch maar één keer (=op één plek) vermeld staat in het CMS. Zodat bij een wijziging deze maar op één plek hoeft te worden doorgevoerd.

Een aantal mbo-scholen draait inmiddels een pilot.

Rijn IJssel vraagt inschrijvers hoe zij bovenstaande in hoofdlijnen op zou pakken.

Open vraag-5:

Rijn IJssel wil zich met haar website proberen te onderscheiden. Een opvallende, aansprekende state-of-the-art website is wat zij voor ogen heeft. Maar hoe ziet een state-of-the-art website met een simpele navigatiestructuur, die verschillende doelgroepen moet aanspreken, eruit?

Hoe ziet inschrijver de 'klantreis' die iedere doelgroep op de website zou moeten maken? En op welke wijze spreekt inschrijver 'de taal van elke doelgroep'?

Rijn IJssel vraagt inschrijvers om haar visie, ideeën en plannen voor een excellente en onderscheidende website te beschrijven. Denk out-of-the-box, geef creativiteit alle ruimte en verras ons.