

**Marktconsultatiedocument**  
***'Multipostertool vacatures'***

**ten behoeve van**

***Samenwerkingsorganisatie***  
***Beroepsonderwijs en Bedrijfsleven***

## Inhoudsopgave

|                                               |          |
|-----------------------------------------------|----------|
| <b>1. INLEIDING .....</b>                     | <b>3</b> |
| 1.1 ACHTERGROND .....                         | 3        |
| 1.2 DOEL.....                                 | 3        |
| <b>2. VERSLAG.....</b>                        | <b>4</b> |
| 2.1 DATA-ANALYSES.....                        | 4        |
| 2.2 AFAS .....                                | 4        |
| 2.3 MARKT .....                               | 5        |
| 2.4 KWALITEITSEISEN.....                      | 5        |
| 2.5 MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD INKOPEN ..... | 5        |
| 2.6 PRIJS .....                               | 6        |
| 2.7 OVERIGE .....                             | 6        |

## 1. Inleiding

Voor u ligt het verslag van de marktconsultatie inzake Multipostertool vacatures zoals door Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs en Bedrijfsleven (SBB) is gehouden. Dit verslag betreft een volledig geanonimiseerde en geabstraheerde samenvatting, en geen interpretatie, van de bevindingen van deze marktconsultatie.

### 1.1 Achtergrond

De marktconsultatie is georganiseerd door AevesBenefit in opdracht van SBB. De marktconsultatie heeft betrekking op de voorbereiding van het aanbestedingstraject voor een Multipostertool voor vacatures. Afdeling recruitment van SBB werkt vanaf medio 2023 met de wervings- en selectiemodule van AFAS. Voor het uitzetten van vacatures wenst SBB daaraan een Multipostertool te koppelen. Via deze tool moet het eenvoudig mogelijk zijn om een selectie van advertentiekanaalen (vacaturesites e.d.) te selecteren, waarbij de tool de vacatures centraal naar deze kanalen verspreidt. SBB wenst de Multipostertool te koppelen aan AFAS zodat sollicitanten direct in het wervings- en selectieproces van SBB terecht komen.

De marktconsultatie is op 8 november 2022 openbaar gepubliceerd op Tendered. Op woensdag 30 november 2022 zijn de antwoorden ontvangen. In totaal hebben twee partijen aan de marktconsultatie deelgenomen.

### 1.2 Doel

De doelstelling van deze marktconsultatie is het inventariseren van de mogelijkheden in de markt zoals beschreven in het marktconsultatiedocument.

In dit verslag volgt een (geanonimiseerde) samenvatting van de gegeven antwoorden.

## 2. Verslag

De marktconsultatievragen zijn per onderwerp uitgevraagd en de bevindingen worden in dit hoofdstuk dan ook per onderwerp beschreven.

### 2.1 Data-analyses

#### *Context*

SBB is erbij gebaat dat vacatures die worden geplaatst op de beste mogelijke manier kenbaar worden gemaakt aan werkzoekenden. Om alle kanalen zo efficiënt en rendabel mogelijk in te kunnen zetten heeft SBB behoefte aan data-analyses die beschikbaar zijn tijdens en na de sollicitatieprocedure. Denk hierbij aan hoe vaak een vacature is bekeken, hoe vaak deze is gedeeld, met hoeveel kliks men op de vacature terecht is gekomen maar ook welke kanalen de meeste sollicitanten opleveren.

- a. SBB is voornemens data-analyses als knock-out eis op te nemen in de aanbesteding. Wat is uw visie hierop? In hoeverre beperkt dit de markt?

*Volgens beide marktpartijen is het (beperkt) mogelijk te meten hoe vaak een vacature op een externe advertentiekanaal wordt bekeken. Het kunnen genereren van data-analyses is sterk afhankelijk van de systemen die gebruikt worden. Daarbij is het volgens de marktpartijen afhankelijk van het cookie en privacy beleid van de websitebezoeker of sollicitant.*

*De markt adviseert om data-analyses niet als knock-out mee te nemen.*

- b. In hoeverre is het mogelijk om data-analyses te personaliseren aan de hand van de wensen van SBB?

*De standaard data die door veel systemen beschikbaar wordt gesteld zal volgens de markt het grootste deel van de behoefte van SBB afdekken. Het verder kunnen personaliseren van de data-analyses is afhankelijk van AFAS en welke personalisaties vanuit SBB gewenst zijn.*

### 2.2 AFAS

#### *Context*

SBB wil dat de Multipostertool te koppelen is aan de W&S module van AFAS. Hierdoor wordt de sollicitant bij een klik op de vacature direct doorgestuurd naar het wervings- en selectieproces van AFAS. De gehele sollicitatieprocedure verloopt vervolgens via AFAS.

- a. In hoeverre is het mogelijk dat een Multipostertool kan koppelen met AFAS?  
*Een koppeling met AFAS is volgens de markt mogelijk. Daarbij is het mogelijk om vanuit AFAS vacatures te posten en daar data aan te koppelen. Volgens de markt is voor het enkel doorsturen van de kandidaat naar de W&S module van AFAS een koppeling niet perse nodig.*
- b. Kunt u een minimale en maximale implementatietijd meegeven?

*Volgens de marktpartijen is de implementatietijd afhankelijk van verschillende factoren waaronder AFAS. De geschatte implementatie tijd ligt tussen de 2 tot 12 weken.*

## 2.3 Markt

### Context

SBB heeft een onvoldoende beeld bij het aantal leveranciers die een Multipostertool met AFAS kunnen leveren.

- a. Hoeveel partijen verwacht u dat er interesse hebben in de aanbesteding van een Multipostertool met een koppeling met AFAS?

*De vraag is slechts door één marktpartij beantwoord. Er zijn volgens de markt twee andere partijen die de gevraagde tool ook zouden kunnen leveren.*

## 2.4 Kwaliteitseisen

### Context

We eisen objectieve kwaliteitsnormen als randvoorwaarde.

- a. Welke kwaliteitsnormen zijn volgens u tenminste noodzakelijk en welke zijn wenselijk of relevant?

*De markt beschrijft verschillende algemene normen welke onder andere gericht zijn op data beveiliging, technische bekwaamheid, koppeling, snelheid en meetbaarheid.*

- b. Welke minimum kwaliteitseisen adviseert u SBB te stellen aan de inschrijvers (competenties, certificeringen, etc.)?

*De marktpartijen adviseren ervaring op het gebied van vacature plaatsingen per jaar op verschillende advertentiekanalen.*

- c. Welke gunningscriteria kan SBB volgens u het beste hanteren waarop marktpartijen zich maximaal kunnen onderscheiden en de kwaliteit van marktpartijen uit de inschrijvingen zijn af te lezen, zonder dat SBB inschrijvers wenst te overvragen?

*De marktpartijen adviseren verschillende gunningscriteria waaronder:*

- *De mogelijkheid om te koppelen met een ATS en in het bijzonder AFAS;*
- *Het tarief voor een select aantal jobboards waarvan SBB verwacht deze het meest in te zetten;*
- *De mogelijkheid om te vragen om advies, op het moment dat SBB daar behoefte aan heeft, voor de campagne die gevoerd gaat worden;*
- *Data security;*
- *Technische bekwaamheid;*
- *Portfolio aanbod.*

## 2.5 Maatschappelijk verantwoord inkopen

### Context

SBB neemt bij haar inkoopactiviteiten maatschappelijk verantwoord inkopen (MVI) zoveel mogelijk in acht. Dit in lijn met het Rijksbrede programma "Inkopen met Impact". Dit betekent onder andere dat in de aanbestedingsstukken daar waar relevant duurzaamheidscriteria worden meegenomen.

- a. Hoe kunnen we dit het beste meenemen in de aanbestedingsstukken?

*De marktpartijen adviseren hierin vooral MVI mee te nemen op het gebied van maatschappelijke betrokkenheid en een duurzame manier van werken.*

## 2.6 Prijs

### Context

Ook prijs wensen we op een zo objectief mogelijke manier te beoordelen.

- a. Met welke prijscomponenten dient rekening gehouden te worden?

*De marktpartijen beschrijven de volgende prijscomponenten:*

- *Eenmalige kosten voor het realiseren van de koppeling;*
- *Maandelijkse kosten voor onderhoud en gebruik;*
- *Kosten per vacature plaatsing.*

- b. Op welke manier kan volgens u het beste de prijs worden uitgevraagd waarbij alle inschrijvers op een zo eerlijk mogelijke manier met elkaar vergeleken worden?

*De markt adviseert om de meest gebruikte advertentiekkanalen gekoppeld aan het volume van het aantal vacatures uit te vragen. Dit zorgt volgens de markt voor een zo eerlijk mogelijke vergelijking.*

- c. SBB speelt met het idee om één tarief voor vacatureplaatsing uit te vragen, ongeacht het advertentiekanaal. Wat is uw visie daarop en wat doet het met de prijs als er één tarief wordt uitgevraagd?

*De marktpartijen raden dit af. De kosten voor de verschillende advertentiekkanalen lopen sterk uiteen. Wanneer er één tarief per vacatureplaatsing wordt vastgesteld mis je de benodigde differentiatie in media druk en mediakanalen. Een vast pakket met een vaste prijs zal tot een heel hoog tarief lijden of een zeer beperkt aanbod van kanalen.*

## 2.7 Overige

- a. Zijn er nog aandachtspunten die u SBB wilt/kunt meegeven?

De marktpartijen geven een tweetal aandachtspunten mee:

- *Veel multiposters hebben de optie om organische/gratis kanalen te gebruiken. De marktpartij adviseert om aan te geven welke regio's er voornamelijk moet worden geadverteerd.*
- *Daarnaast wordt geadviseerd om een indicatie van het aantal vacatures per jaar en een indicatie van de meest gebruikte kanalen mee te geven. Op die manier kan volgens de markt het tarief zo scherp mogelijk worden ingestoken.*

- b. Wat kan voor u een reden zijn om niet op een mogelijke aanbesteding bij SBB in te schrijven?

*Voor de markt kan het uitvragen van één vast tarief voor vacatureplaatsingen op de verschillende advertentiekkanalen een reden zijn om niet in te schrijven.*