

Programma van eisen

Perceel 2

Jobmarketing/Werken-bij-site

Algemeen

1.1 Werven van medewerkers

Het afgelopen decennium is het aantal (wettelijke) taken dat de gemeente Katwijk uitvoert toegenomen. In combinatie met bestaande uitbreidingsplannen neemt de behoefte aan extra medewerkers toe. Dit terwijl de spanning op de arbeidsmarkt ongekend hoog is. Het toch al hoge aantal vacatures stijgt alsmaar verder en de werkloosheid heeft een historisch laag niveau bereikt. Tegelijkertijd is de concurrentie met gemeentes in de regio hoog. Zij hebben, mede als gevolg van vergrijzing, te kampen met een relatief hoge uitstroom.

Om op deze arbeidsmarkt nog voldoende en kwalitatieve instroom te realiseren is meer nodig dan het passief werven van personeel. Voor voldoende slagkracht zijn gerichte marketingactiviteiten nodig die onderdeel uitmaken van een overkoepelende wervingsstrategie. Behalve de inzet van een eigen 'werken-bij'-site en commerciële vacaturesites, maakt de gemeente Katwijk gebruik van doelgroepgerichte marketing via sociale media en andere online-platforms.

Opdrachtomschrijving

2.1 Jobmarketing

2.1.1 Inleiding

Jobmarketing ten behoeve van het plaatsen van openstaande vacatures bij de gemeente Katwijk. Onder jobmarketing verstaan wij het zo gericht mogelijk onder de aandacht brengen van vacatures bij de gewenste doelgroep. Met als uiteindelijke doel om ten minste net zoveel geschikte sollicitanten te laten reageren als waar de organisatie behoefte aan heeft. Het gaat derhalve niet om het bereiken van een zo groot mogelijk publiek. Een bijkomend doel is het vergroten van de bekendheid van de gemeente Katwijk als aantrekkelijke en potentiële werkgever.

2.1.2 Data

In een steeds krappere wordende arbeidsmarkt moeten werkgevers steeds inventiever worden om hun vacatures te vervullen. Daarbij is actuele kennis van de arbeidsmarkt onontbeerlijk. Niet iedere doelgroep is even schaars. In sommige regio's speelt schaarste een grote rol of is er sprake van seizoensinvloeden. Hoe schaarser de doelgroep, hoe groter het belang dat vacatures worden uitgezet op de kanalen waar de doelgroep actief is. Een medium dat vandaag de trend zet, kan morgen weer uit de gratie raken. Zonder (uitgebreide en diepgaande) actuele data van de arbeidsmarkt en in het inzicht in het online-gedrag van de doelgroep is succesvolle jobmarketing niet realistisch.

2.1.3 Technologie en maatschappij

Technologische ontwikkelingen creëren er continu nieuwe mogelijkheden. Ze botsen echter vaak recht op privacy of leveren veiligheidsrisico's op voor ICT-systemen. Daarnaast kan de toepassing van (nieuwe) technologie leiden tot maatschappelijke onrust, bijvoorbeeld omdat toepassingen in strijd zijn met wat mensen ethisch vinden. De gemeente Katwijk streeft continu naar verbetering en vernieuwing van het recruitmentproces. De toepassing van nieuwe technologie maakt daar onlosmakelijk deel van uit. Uitgangspunt van het recruitmentproces blijft altijd de menselijke maat. De brief- en cv-selectie laten wij altijd door mensen uitvoeren. In die gevallen waar wij ons proces laten ondersteunen door automatische technologie, moet dat voor betrokkenen duidelijk zijn.

2.1.4 Creativiteit

De wereld van recruitment kent een enorme dynamiek. De grillige arbeidsmarkt, de voortschrijdende technologie en steeds strengere wetgeving zijn daarin belangrijke elementen. Ook het gedrag van de verschillende doelgroepen ligt niet vast in beton. Wat vandaag een succesvolle methode is om de doelgroep te bereiken, kan volgende maand alweer uitgewerkt zijn. Sterker nog, de meest succesvolle campagnes zijn een "single-shot". Ze zijn één keer succesvol, maar bij herhaling neemt het effect sterk af. Daarom hecht de gemeente Katwijk waarde aan een leverancier die de creativiteit van betrokken medewerkers intensief stimuleert. Zo borgen zij dat voorstellen van campagnes goed doordacht zijn, wat de kans op effectiviteit verhoogt.

2.2 Werken-bij-site

De gemeente Katwijk gebruikt in de werving relatief korte vacatureteksten. Ervan uitgaande dat lezers de vacaturetekst in eerste instantie op hun telefoon lezen, zorgt een langere tekst niet voor meer begrip. Het doel is bereikt als zij meer informatie wensen en doorklikken naar de werken-bij-site om daar meer informatie over de gemeente Katwijk op te zoeken.

De huidige website werkenbijgemeentekatwijk.nl bevat algemene en vrij summiere informatie over de gemeente Katwijk. Door de grote verscheidenheid aan vacatures wordt de eigen werken-bij-site bezocht door een brede doelgroep. Om specifieke doelgroepen aan te spreken met relevante informatie, wil de gemeente Katwijk naast een algemene werken-bij-site ook landingspagina's ontwikkelen voor de drie gemeentelijke domeinen: sociaal, fysiek en dienstverlening. Op dit moment loopt een pilot voor het fysieke domein: <https://www.gemeentebanen.nl/overheden/gemeente-katwijk/domein-ruimte-en-leefomgeving>

3.1 Ethiek

3.1.1 Sollicitatie- en recruitercode

Sollicitanten en andere geïnteresseerde moeten erop kunnen vertrouwen dat de gemeente Katwijk zich betrouwbaar en verantwoordelijk opstelt. De basis daarvoor ligt in de naleving van wet- en regelgeving. Daar bovenop mag een sollicitant verwachten dat de gemeente Katwijk een transparant wervings- en selectieproces voert en dat hij of zij professioneel en correct door ons behandeld wordt. Uiterlijk 1 januari 2023 wil de gemeente Katwijk zijn werkprocessen laten aansluiten op de Recruitercode (<https://recruitercode.nl>) en de NVP-sollicitatiecode (zie: <https://www.nvp-hrnetwerk.nl/sollicitatiecode/>).

3.1.2 Privacy

Het verwerken van persoonsgegevens dient op zorgvuldige wijze conform de uitgangspunten van de Algemene Verordening Gegevensverwerking te gebeuren. Deze persoonsgegevens zijn nodig om de capaciteitsvraagstukken af te handelen, waarbij de verwerking een gerechtvaardigde grondslag bevat: de noodzaak om een overeenkomst te sluiten en uit te voeren op basis van artikel 6 lid 1 sub

b AVG. Voorts wordt door sollicitanten toestemming verleend voor de verwerking van hun gegevens. Deze worden veilig en niet langer bewaard dan nodig voor het doel van de verwerking. De sollicitanten worden vooraf geïnformeerd over de verwerking van hun persoonsgegevens. Ook dienen de rechten van sollicitanten gefaciliteerd te kunnen worden.

Hypertargeting maakt vaak onderdeel uit van doelgroepgerichte jobmarketingcampagnes. Bij hypertargeting identificeert de opdrachtgever een afgebakende doelgroep en zorgt zij ervoor dat vacatures terecht komen op de plaatsen waar ze (waarschijnlijk) online actief zijn. De gemeente Katwijk ziet deze technologie als een noodzakelijk middel, maar merkt daarbij op dat de toepassing van de toepassing van hypertargeting nooit strijdig mag zijn met privacy-wetgeving. Bij gebruik van volgtechnologie met behulp van cookies moeten gebruikers vooraf geïnformeerd worden en daar expliciet toestemming voor geven. De diensten die de leverancier gebruikt om statistieken, zoals bezoekersstromen, verkeersbronnen en paginaweergaves, te verzamelen, dient volledig AVG-compliant te zijn. Het verzamelen en gebruiken op wat voor manier dan ook van IP-adressen is niet toegestaan.

3.1.3 Non-discriminatie

De gemeente Katwijk gelooft in de kracht van diversiteit. Iedereen die op een positieve manier bijdraagt aan de doelstellingen van de gemeente Katwijk is welkom om te solliciteren en heeft een eerlijke kans. Gebruikte technologieën mogen niet - direct, noch indirect - leiden tot uitsluiting wegens godsdienst, levensovertuiging, politieke gezindheid, ras, geslacht of op welke grond dan ook.

3.2 Informatiebeveiliging

Een goede informatiebeveiliging is voor de gemeente Katwijk van het grootste belang. Daarom verlangen we dat leveranciers voldoen aan de Baseline informatiebeveiliging Overheid (BIO). Voor deze opdracht wordt een Verwerkersovereenkomst afgesloten.

De inschrijver stelt jaarlijks een verklaring van een onafhankelijke derde beschikbaar waaruit blijkt dat de informatieveiligheid van de inschrijver in overeenstemming is met de eisen van de gemeente Katwijk en dat de maatregelen gedurende het gehele jaar goed hebben gefunctioneerd. Dit kan door middel van verklaringen als SOC 1 type II rapport of ISAE 3402 verklaring.

Programma van eisen

Ten behoeve van het ontvangen van de juiste inschrijvingen hebben we de volgende eisen opgesteld die in onze optiek recht doen aan de juiste invulling van de opdracht.

Eisen zijn uitsluitende criteria ("Must have"), het niet onvoorwaardelijk voldoen aan deze eisen heeft uitsluiting van verdere deelname aan de aanbestedingsprocedure tot gevolg.

Jobmarketing

Online marketing	
1.	De inschrijver beschikt aantoonbaar over relevante en actuele data van de arbeidsmarkt, toegespitst op de mobiliteit van verschillende doelgroepen in kwantitatieve en kwalitatieve zin.
2.	Inschrijver reageert binnen 24 uur/één werkdag met een all-in advies en informatie over hoe de inschrijver de campagne gaat uitvoeren. Hierin staat nadere informatie over de doelgroep, waar deze zich (online) bevindt en op welke (online) kanalen de inschrijver de campagne gaat draaien.
3.	Inschrijver start de campagne uiterlijk binnen 2 werkdagen na het per e-mail geaccordeerde advies voor een mediacampagnes.
4.	De inschrijver beschikt over de technologie om vacatures namens opdrachtgever direct te plaatsen op algemeen gangbare jobboards c.q. vacaturesites, websites die zich richten op specifieke vakprofessionals en social-media-kanalen.
5.	Inschrijver is in staat om tussentijds data aan te leveren en inzichten te geven in de campagne als opdrachtgever daar om vraagt. Dit bevat ten minste het aantal views en clicks per mediakanaal, afgezet tegen de verwachte views uit het gegeven advies.
6.	Inschrijver is in staat het resultaat en effectiviteit van campagnes te meten gedurende de gehele looptijd en stuurt proactief bij, voor zover nodig. Alles ten behoeve van maximale exposure en de vindbaarheid van de vacatures van de opdrachtgever toe te laten nemen en zo openstaande vacatures in te vullen.
7.	Inschrijver is in staat om eventuele wijzigingen tijdens een lopende campagne binnen 24 uur door te voeren.
8.	Inschrijver voorziet opdrachtgever na afloop van iedere campagne van data betreffende resultaten en effectiviteit. Dit bevat ten minste het aantal views en clicks per mediakanaal, afgezet tegen de verwachte views uit het gegeven advies.
Dienstverlening	
9.	Inschrijver stelt één vaste (tactische) contactpersoon voor het gehele contract aan, met vervanger bij afwezigheid.
10.	Inschrijver stelt één vast emailadres en telefoonnummer beschikbaar voor aanvragen van opdrachtgever.

11.	Inschrijver is minimaal op werkdagen tussen 8:30 uur en 18:00 uur telefonisch en per e-mail bereikbaar.
12.	Inschrijver is in staat na uiterlijk 1 werkdag een advies als onder eis2 is beschreven, uit te voeren.
13.	Inschrijver is in staat binnen 24 uur op vragen van opdrachtgever te reageren.
14.	Alle communicatie geschiedt in de Nederlandse taal.
15.	Opdrachtgever geeft per mail instructies over de uit te voeren campagne.
16.	Inschrijver houdt opdrachtgever op de hoogte van de voortgang van de campagne en zoekt tijdig afstemming over zaken die de uitvoering van de opdracht beïnvloeden.
17.	De inschrijver informeert de opdrachtgever indien de views en respons achterblijven bij de verwachte hoeveelheden en brengt advies uit voor verdere vervolgstappen.
18.	Inschrijver beschikt over een telefonische helpdesk die op werkdagen telefonisch te bereiken is van 08.30 uur tot 18.00 uur.

Werken-bij-site

19.	De werken-bij-site beschikt over doelgroepgerichte landingspagina's die ervoor zorgt dat de arbeidsmarktcommunicatie optimaal aansluit op de verschillende doelgroepen van een gemeente. Die doelgroepen richten zich in beginsel op de 'drie klassieke domeinen' van de gemeente, namelijk: a. Ruimte en leefomgeving b. Sociale leefomgeving c. Dienstverlening Omdat de eerste oriëntatie van potentiële kandidaten veelal nog breed is, moet de stijl van communiceren hier – voor zover mogelijk - op aansluiten. Dat kan bijvoorbeeld via een algemene werken-bij-site met een doorverwijzing naar de verschillende doelgroep-pagina's.
20.	De werken-bij-site biedt de mogelijkheid om informatie op meerdere manieren aan te bieden (zoals foto's, video's enz...)
21.	De werken-bij-site kent een makkelijke en duidelijke navigatiestructuur.
22.	De werken-bij-site kent een gemakkelijke manier van solliciteren, het aanmaken van een account is in ieder geval niet vereist om te solliciteren en sollicitatiebuttons zijn herkenbaar en zeer makkelijk vindbaar.
23.	De werken-bij-site bevat in een interesse-knop waarmee mensen die zich oriënteren hun interesse kenbaar maken in het geval zij geen passende vacature op de site zien staan. Via een formulier laten zij hun contactgegevens achter, zodat de recruiter informatie kan achterlaten.

24.	De werken-bij-site is mobile optimized.
25.	De werken-bij-site is digitaal toegankelijk voor iedereen en voldoet in ieder geval aan het besluit digitale toegankelijkheid overheid (BDTO).
26.	De functionaliteiten van de werken-bij-site en het ATS-systeem (perceel 1) kunnen gemakkelijk en zonder veel kosten aan elkaar gekoppeld worden.
27.	De realisatie van de werken-bij-sites vindt in coproductie met opdrachtgever plaats. Inschrijver stemt minimaal de inhoud en vormgeving van de verschillende sites af met de opdrachtgever.
28.	Bij de realisatie van de werken-bij-sites dient het huisstijl handboek (bijlage E) van opdrachtgever in acht te worden genomen.
29.	De werken-bij-site dient, voor zover van toepassing, te voldoen aan de technische eisen als aan gegeven in bijlage D, Aansluitvoorwaarden Cloud applicaties (extern).
30.	Landingspagina's ontwikkelen voor de drie gemeentelijke domeinen: sociaal, fysiek en dienstverlening die qua vormgeving dezelfde structuur kennen, teksten en beeldmateriaal is per landingspagina aangepast op verschillende doelgroepen en kunnen per landingspagina verschillen.
31.	Opdrachtgever beschikt ten alle tijden over de actuele versie van de software.
32.	Onderhoud vindt plaats buiten kantooruren tussen 23.00 uur en 06.00 uur of in het weekend.
33.	De werken-bij-site is in staat data op te halen uit de database van de ATS via een API-koppeling en deze weer te geven in dezelfde vormgeving en interactieve elementen als die van de werken-bij-site.
34.	Van de opdrachtnemer wordt verwacht dat zij bij ontwerp, realisatie, oplevering en doorontwikkeling van de website voldoet aan de EN 301 549 standaard die gebaseerd is op de actueel geldende Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). Nu is dat WCAG 2.1 niveau AA. Op korte termijn wordt WCAG 2.2 verwacht.