

Marktconsultatie

Creatieve concepten voor AMC campagnes en content marketing

Elke dag vooruit?
Kies voor een
carrière bij ProRail.
werkenbijprorail.nl

ProRail

Inhoudsopgave

1	Marktconsultatie; creatieve concepten en uitwerking voor AMC- campagnes & content marketing	3
1.1	Inleiding	3
1.2	ProRail B.V.	3
1.3	Ambitie	3
1.4	Scope	4
1.5	De opdracht	4
1.6	Doelgroepen	5
1.7	Voorgenomen wijze van contracteren	5
2	Vragen.....	5
2.1	Kennismaking	5
2.2	Inkoopopdracht.....	5
2.3	De aanbestedingsprocedure	6
2.4	Tot slot.....	6
3	Procedure van de marktconsultatie.....	6
3.1	Procedure	6
3.2	Planning	7
3.3	Contact	7
3.4	Open en eerlijk.....	7

1 Marktconsultatie; creatieve concepten en uitwerking voor AMC-campagnes & content marketing

1.1 Inleiding

Het doel van deze marktconsultatie is om inzicht te verkrijgen in op welke wijze we deze tender het beste in de markt kunnen zetten. We zijn benieuwd welke marktpartijen geïnteresseerd zijn in de opdracht zoals wij die willen formuleren. We hopen ideeën uit de markt te krijgen die ons helpen een realistische invulling te geven aan de aanbesteding die we later dit jaar uitzetten, met als doel naadloos aan te sluiten op de kennis en kunde van marktpartijen en voldoende interesse te genereren voor onze opdracht. Denkt u met ons mee!

1.2 ProRail B.V.

Bij de naam ProRail B.V. (hierna te noemen ProRail) denken veel mensen in eerste instantie alleen aan treinen. Toch zit het net even anders: we beheren, onderhouden, vernieuwen en verbeteren het Nederlandse spoorwegnet en bouwen en beheren stations. Belangrijk werk, want dagelijks vertrouwen miljoenen mensen op een goed en veilig spoor. Om naar hun werk te gaan, familie en vrienden te bezoeken, eropuit te trekken of juist thuis te komen. En het aantal treinreizigers groeit met de dag. Net als het goederenvervoer per spoor. Niet vreemd als je bedenkt dat de trein al meer dan 180 jaar een van de meest duurzame manieren van vervoer is. Daarom doen we er bij ProRail alles aan om het spoor, de stations en alles wat erbij komt kijken, veilig en in topconditie te houden. Uiteraard met onze blik op de toekomst, want vindingrijke ideeën en innovatieve oplossingen brengen Nederland elke dag vooruit. Vandaag, morgen én over nog eens 180 jaar.

ProRail levert een belangrijke bijdrage aan de welvaart van Nederland door duurzame mobiliteit. Met veilig en toegankelijk spoor verbinden we mensen, steden en bedrijven. En maken wij aangenaam reizen en duurzaam vervoer mogelijk. We staan aan de vooravond van een megaklus. In 2030 zullen ca 30% meer reizigers en 50% meer goederen vervoerd worden over ons spoornetwerk en via de stations. We moeten de capaciteit van ons al druk bereden netwerk daarom verder uitbreiden. En dat, terwijl Nederland in beweging blijft.

Om dit te bereiken moet ook onze medewerkerscapaciteit groeien. Waarbij de enorme krapte op de arbeidsmarkt niet de enige uitdaging is waar we voor staan.

- Uit imago-onderzoek (zie bijlage 3) blijkt dat ProRail een bekende naam heeft als werkgever, maar dat het beeld van werken bij ProRail grotendeels on-ingekleurd is.
- Door vergrijzing verdubbelt de uitstroom in de komende jaren waardoor de al zo uitdagende wervingsvraag nog groter wordt.
- We streven naar verjonging van ons werkgeversbestand. Onze communicatiestrategie moet hierop aansluiten, echter richten we ons niet alleen op generatie GenZ. We moeten ervoor zorgen dat we een brede doelgroep aanspreken.
- Ook bij ProRail lopen we aan tegen landelijke problematiek als bijvoorbeeld de stikstof crisis en de energie transitie. Dit betekent dat we onze boodschap constant moeten bijsturen naar de actualiteit, terwijl we ook onze toekomst ambities willen delen met onze doelgroepen. We moeten daarom de juiste balans vinden tussen functionele en emotionele communicatie.

1.3 Ambitie

Het profileren van ProRail als bekend en aantrekkelijk werkgever in de mindset van onze arbeidsmarktdoelgroepen. Het tijdig invullen van onze vacatures met het juiste talent. Het opbouwen en onderhouden van een relatie met onze in- en externe arbeidsmarktdoelgroepen.

1.4 Scope

ProRail gaat in 2023 een aanbestedingsprocedure starten voor de ontwikkeling en uitwerking van (creatieve) campagne concepten ten behoeve van Arbeidsmarktcommunicatie (employer branding, job branding en job marketing), content marketing en alle daaruit voortvloeiende on- en offline-middelen. De inkoop hiervan zal gebeuren volgens een Europese aanbestedingsprocedure. Om onze vraag zo goed mogelijk te formuleren en deze procedure soepel te laten verlopen organiseren we deze marktconsultatie. ProRail hoopt hiermee inzicht te krijgen in de haalbaarheid van onze opdracht en of er voldoende interesse is deel te nemen aan deze toekomstige aanbesteding in de markt.

1.5 De opdracht

Arbeidsmarktcommunicatie wordt door ProRail ingezet voor het bekendmaken en verbeteren van het imago van ProRail als (aantrekkelijk) werkgever, het invullen van vacatures met het juiste talent (werving) en voor het opbouwen en onderhouden van een relatie met onze in- en externe arbeidsmarktdoelgroepen. Dat doen we primair vanuit de afdeling Recruitment & Arbeidsmarktbenadering, maar in nauwe samenwerking met de afdeling Communicatie & Externe betrekkingen. Tenslotte kun je het werkgeversimago niet los zien van het corporate imago; deze zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.

ProRail wil een raamovereenkomst sluiten met een leverancier die campagnedienstverlening biedt op het gebied van employer branding, job branding en job marketing. En die daarnaast onze content marketingstrategie, die invulling geeft aan ons employer brand, verder uitbouwt en vertaalt naar diverse middelen (zie bijlage 2 gehanteerde definities).

De dienstverlening bestaat uit:

- Ontwikkeling en uitwerking van creatieve (campagne) concepten tbv employer branding, job branding, job- en content marketing
- Productie van alle on- en offline-campagnemiddelen en materialen voor (deel)campagnes
- Losse videoproductie ten behoeve van bv vacaturevideo's, vakgebiedenvideo's en eventregistraties. Video's die niet voortkomen uit de eerder genoemde campagne dienstverlening en/of de content marketingaanpak.

Voorbeelden van opdrachten die mogelijk zouden kunnen voorkomen zijn: een nieuw job branding concept voor de functie treinverkeersleider, een employer branding concept voor een overkoepelde spoorbranche campagne, het verder ontwikkelen/optimaliseren en uitwerken van onze contentmarketing aanpak of een vakgebiedenvideo.

Buiten scope

- DTP en vormgeving die geen betrekking hebben op de campagnes binnen deze dienstverlening.
- Mediadienstverlening, hiervoor is een andere leverancier gecontracteerd.
- Corporate campagnes, hiervoor is een andere leverancier gecontracteerd.

AMC Infrastructuur

Onze EVP 'Elke dag vooruit', onze brandstory 'Word onderdeel van de oplossing' en bijbehorende huisstijl vormen de basis voor al onze arbeidsmarktcommunicatie. Er is communicatie die gericht is op het grote publiek (employer branding), communicatie waarmee we in één of meerdere doelgroepen infiltreren (content marketing) en communicatie gericht op één specifieke doelgroep (job branding, job marketing). De campagnes worden afgestemd op de beleavingswereld, de journey en de mediaconsumptie van de doelgroep. Al dan niet op basis van onderzoek.

Overnemen bestaande concepten

In 2022 hebben wij concepten laten ontwikkelen voor o.a. job branding treinverkeersleiders, job marketing en content marketing. In 2023 ontwikkelden wij een job branding concept voor de functie elektrotechnicus (bedrijfsvoerder energievoorziening). We zullen de nieuwe opdrachtnemer vragen deze concepten over te nemen en daar waar nodig aan te scherpen of uit te breiden.

Ontwikkelplatform

Voor de ontwikkeling van onze middelen maken we in vele gevallen gebruik van [Smartly.io](https://www.smartly.io/). Een SaaS digital advertising platform die media inkoop, creative automation, rapporteren en optimaliseren samenbrengt. Het beheer van Smartly ligt bij ons mediabureau en het platform geeft ons de mogelijkheid om creatieve middelen op dynamische wijze te ontwerpen en te publiceren.

1.6 Doelgroepen

De voornaamste arbeidsmarktdoelgroepen waar wij ons met de AMC activiteiten op richten zijn de volgende: ICT, Finance, Techniek, Verkeersleiding (inclusief treinverkeersleiders) en starters (o.a. trainees en stagiaires). Onze secundaire doelgroepen zijn; Staf & advies (zoals stafafdelingen, Leefomgeving, Juridische zaken en vastgoed, capaciteitsmanagement

Diversiteit en Inclusie

ProRail spant zich in als inclusief werkgever en werkt samen met ProRailers aan een werkomgeving waar medewerkers zich welkom en veilig voelen en zichzelf kunnen zijn. Dit willen wij omdat we erin geloven dat we dan beter presteren. Alle verschillende talenten en perspectieven bij elkaar dragen bij aan het waarmaken van onze ambities, betere besluitvorming, meer creativiteit en innovatie.

Daarbij gaat het om zowel de zichtbare verschillen als ook alle andere minder of niet zichtbare kenmerken van medewerkers. Vanuit ons Programma Diversiteit & Inclusie hebben we extra aandacht voor vijf diversiteitsthema's: gender, culturele diversiteit, arbeidsvermogen, LHBTI+ en leeftijd.

1.7 Voorgenomen wijze van contracteren

ProRail is voornemens deze opdracht in de markt te zetten door middel van een Europese aanbesteding om te komen tot een meerjarige raamovereenkomst

2 Vragen

In bijlage 1 is een aparte beantwoordingstemplate toegevoegd met ruimte voor de beantwoording.

2.1 Kennismaking

1. Uw organisatie naam (contactpersoon, hoofdkantoor, aantal medewerkers, jaarlijkse omzet, uw branche/beroepsgroep (internationaal, Nationaal, MKB, overig?))
2. Wat is uw dienstverlening en waar (regio/land) biedt u dit aan? Kunt u hierbij specifiek inzoomen op uw ervaring met arbeidsmarktcommunicatie en /of content marketing tbv arbeidsmarktcommunicatie.
3. Wat maakt deze specifieke opdracht interessant voor u?
4. Waarom is ProRail als opdrachtgever interessant voor u?

2.2 Inkoopopdracht

5. Heeft u ervaring met een opdracht waarin zowel concepten voor AMC-campagnes als voor content marketing ten behoeve van AMC wordt gevraagd?
6. In hoeverre vindt u het logisch om AMC concepten en content marketing tbv AMC samen te voegen in één opdracht. Licht uw antwoord toe?
7. Kunt u aangeven of u leveranciers kent die de combinatie van AMC-concepten en content marketing t.b.v. AMC aanbieden en leveren?

8. Is onze opdracht realistisch en haalbaar. Kunt u (volledig) voldoen aan onze vraag met uw eigen expertise of is samenwerking met andere partijen met meer specialistische kennis nodig?
9. Bent u geïnteresseerd om deel te nemen aan onze voorgenomen aanbesteding?
 - a. Zo nee, waarom gaat u niet deelnemen?
 - b. Bij twijfel, wat zouden wij moeten aanpassen om deze aanbesteding wel aantrekkelijk voor u te maken.
10. ProRail beschikt momenteel al over een stevige basis voor haar arbeidsmarktcommunicatie; EVP, merkverhaal, huisstijl en meerdere campagneconcepten. In hoeverre is het voor u aantrekkelijk om vanuit deze basis verder te werken en dit uit te bouwen.
 - a. Welke voor –en/of nadelen ziet u?
11. Voor het ontwikkelen van content voor online mediacampagnes maken wij gebruik van de tool Smartly.io. In hoeverre belemmert het gebruik van Smartly u in het kunnen deelnemen aan onze voorgenomen aanbesteding?

2.3 De aanbestedingsprocedure

12. Wat ziet u als de meest onderscheidende elementen tussen leveranciers van de dienstverlening, waar we binnen deze inkoopprocedure rekening mee moeten houden (bijvoorbeeld in gunningsmethodiek, gunningscriteria, verhouding kwaliteit/prijs, etc.)?
13. Welke informatie/data heeft u van ProRail nodig om een voldoende nauwkeurige aanbieding te kunnen maken?

2.4 Tot slot

14. Zijn er nog andere zaken die u ProRail wenst mee te geven?

3 Procedure van de marktconsultatie

3.1 Procedure

Deze marktconsultatie is gepubliceerd op (onder andere) TenderNed als open marktconsultatie. Dit houdt in dat alle partijen in de markt de gelegenheid krijgen deel te nemen.

Indien u vragen heeft, kunt u deze via email stellen voor de in de planning (paragraaf 3.2) genoemde datum.

De marktconsultatie bestaat uit twee stappen:

1. Schriftelijk: het beantwoorden van de vragen (zie hoofdstuk 2);
2. Eventueel aansluitend individuele gesprekken met (een deel van) de marktpartijen die hebben gereageerd.

Allereerst wordt aan u gevraagd de bijgevoegde vragenlijst per e-mail in te dienen voor de datum genoemd in paragraaf 3.3.

Vervolgens zal ProRail de reacties analyseren en op basis daarvan kan ProRail bepalen om met alle of een deel van de partijen een vervolgesprek te plannen. Het is mogelijk dat ProRail besluit om geen gebruik te maken van deze mogelijkheid.

Van elk individueel gesprek zal een verslag worden gemaakt dat ter goedkeuring wordt voorgelegd aan de deelnemende partij. Vervolgens zal door ProRail van alle gesprekken één integraal (geanonimiseerd) verslag

worden gemaakt waarin de belangrijkste conclusies uit de schriftelijke reacties en de gesprekken worden vastgelegd. In dit verslag zal geen concurrentiegevoelige informatie gedeeld worden. Dit document zal vervolgens in concept naar alle deelnemers aan de consultatie worden gestuurd met het verzoek het stuk door te nemen en eventuele opmerkingen door te geven aan ProRail. Nadat alle deelnemers in de gelegenheid zijn geweest om opmerkingen door te geven, zal het document definitief worden vastgesteld door ProRail. Het definitieve document zal ter informatie worden bijgevoegd aan het aanbestedingsdossier van een toekomstige aanbestedingsprocedure. De conclusies zullen daar waar ProRail het mogelijk en zinvol acht worden geïmplementeerd in het aanbestedingsdossier en/of de aanbestedingsprocedure.

3.2 Planning

Datum	Activiteit
6 juni 2023	Publicatie / uitnodiging tot deelname marktconsultatie door ProRail
14 juni 2023 voor 11.00 uur	Uiterste datum voor het stellen van vragen m.b.t. de verstrekte informatie
15 juni 2023	Verstrekken van antwoorden op de gestelde vragen en evt. gewijzigde documentatie door ProRail
27 juni 2023 voor 12.00 uur	Uiterste datum voor het indienen van de antwoorden op de vragen in hoofdstuk 4
Week 28	Versturen definitief verslag aan deelnemers marktconsultatie

3.3 Contact

Voor vragen over en aanmelden voor deze marktconsultatie kunt u contact opnemen met:
Esther van der Sligte
esther.vandersligte2@prorail.nl
06 42 003 112

3.4 Open en eerlijk

Deelnemen aan de marktconsultatie is geheel vrijwillig en zal niet leiden tot enige voorrechten in een aanbesteding. Evenzo zal niet deelnemen in de marktconsultatie niet leiden tot uitsluiting van een eventuele aanbesteding.

Door uw deelname aan deze marktconsultatie stemt u er mee in dat de door u verstrekte informatie door ProRail mag worden gebruikt in (de voorbereiding van) de aanbesteding. Door u verstrekte commerciële (cijfermatige) informatie zal door ProRail vertrouwelijk worden behandeld.

ProRail hecht veel waarde aan een transparant proces. Het is niet de bedoeling om deelnemende marktpartijen aan de marktconsultatie te bevoordelen of niet-deelnemende partijen op achterstand te plaatsen. Vanuit dit perspectief zal alle relevante informatie volgend uit de marktconsultatie aan alle potentiële inschrijvers ter beschikking worden gesteld bij publicatie van de aanbesteding dan wel worden toegevoegd aan het aanbestedingsdossier.

Indien tot aanbesteding wordt overgegaan dan behoudt ProRail zich het recht voor om de in dit document gecommuniceerde keuzes aan te passen (op basis van de uit de marktconsultatie verkregen inzichten).

Eventuele kosten voor de deelname aan deze marktconsultatie worden niet vergoed.

BIJLAGE 1 – Beantwoordingstemplate

(zie apart bestand)

BIJLAGE 2 – Gehanteerde definities

Employer branding

Het verkrijgen en behouden van een authentieke en onderscheidende voorkeurspositie als werkgever in de mindset van (potentiële) medewerkers en hun beïnvloeders met als indirect doel het aantrekken en behouden van de juiste medewerkers.

Job branding

Het aantrekkelijk positioneren (en/of bekendmaken van) van een specifieke baan/functiegroep in de arbeidsmarkt, zodat deze opvalt bij de doelgroep die je wilt bereiken.

Job marketing

Het aantrekkelijk positioneren van één enkele vacature, waarbij we onderscheid maken tussen directe werving (gericht op de actieve doelgroep; bv jobboards, search, LinkedIn) en awareness (gericht op de latente doelgroep, social kanalen en niche kanalen).

Content marketing

Een vorm van doelgroepgerichte communicatie waarbij in onderlinge samenhang via diverse kanalen met voor de doelgroep relevante en hoogwaardige content onze boodschap wordt gecommuniceerd en de (interactieve) band met de doelgroep wordt gerealiseerd.