



Extern Verslag Marktconsultatie UWV Communicatiedienstverlening

Datum: 20 juli 2023
Versie: 1.0
Status: Definitief
Auteur: Ouafa Talsi, inkoopadviseur

© UWV Uitvoeringsinstituut werknemersverzekeringen.
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enig andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Inhoud

- 1. Aanleiding en doelstelling**
- 2. Vraagstelling en samenvatting van de beantwoording**
- 3. Vervolg**

1. Aanleiding en doelstelling

Op 8 juni 2023 heeft UWV een marktconsultatie ten behoeve van communicatiedienstverlening voor UWV gepubliceerd op TenderNed.

Doelstelling van de marktconsultatie is inzicht te verkrijgen in de mogelijkheden en ontwikkelingen van de markt op het gebied van communicatie. Op basis van de informatie kan UWV zich een beeld vormen van de haalbaarheid van een mogelijke aanbesteding en de beschikbare oplossingen.

Er hebben 18 partijen gereageerd. Dit zijn leveranciers van communicatiediensten.

Het projectteam heeft de verkregen antwoorden bestudeerd. Hieronder leest u een samenvatting van de verslaglegging van de ontvangen schriftelijke response op de vragenlijst. Omdat UWV in de marktconsultatie open vragen heeft gesteld zijn de formuleringen van de uitkomsten nooit één op één een weergave van wat individuele deelnemers letterlijk hebben geschreven of gezegd. In de samenvatting van de beantwoording vindt u dus niet de volledige weergave maar de weergave van het overheersende beeld per onderwerp zoals UWV dit uit de ontvangen antwoorden heeft gedestilleerd en geïnterpreteerd.

2. Vraagstelling en samenvatting van de beantwoording

Nummer	Vraag
1.	UWV is benieuwd naar de top drie van belangrijkste trends en ontwikkelingen in het Communicatie vakgebied. Kunt u deze trends en ontwikkelingen benoemen en nader toelichten? Kunt u ook aangeven waar wij in de aanbesteding rekening moeten houden?
Antwoord	<i>De belangrijkste trends en ontwikkelingen die door de meeste partijen zijn genoemd zijn: - De opkomst van Artificial intelligence (AI) en andere nieuwe technologieën/data-gedreven communicatie (zoals ChatGPT). Het is nog onduidelijk wat de impact van AI gaat zijn op deze dienstverlening. - Gedragsverandering. Er wordt steeds meer vanuit de mens gekeken. De behoeften, voorkeuren en ervaringen van de mens staan centraal in deze mensgerichte aanpak van communicatie. - Authenticiteit en transparantie: open en eerlijk communiceren, zowel intern als extern. - Storytelling en storylistening.</i>
2.	UWV ziet in de communicatiewereld verschuivingen. Meer vakdisciplines die in een consortium samenwerken. Reclame en content marketing dat meer in elkaar schuift. Reclamebureaus die samengaan met Tech organisaties enzovoort. Kunt u ons meer toelichting geven over deze bewegingen en hier de mogelijke voor- en nadelen van benoemen?
Antwoord	<i>Bijna alle partijen constateren de verschuivingen in de communicatiewereld zoals hierboven genoemd. Deze verschuivingen komen voort uit de trends en ontwikkelingen die zich afspelen in de markt. Organisaties bundelen hun krachten en expertise om zo een totaal aanbod aan communicatiediensten te kunnen leveren. Een voordeel van deze integrale en centrale manier van werken is dat het niet alleen nieuwe inzichten oplevert, maar ook een aanpak vanuit verschillende perspectieven. Deze geïntegreerde aanpak leidt tot efficiëntere en effectievere communicatie. Een nadeel is het risico op overlap van expertise. De focus op het totale en grote belang kan ervoor zorgen dat de kwaliteit op onderdelen van communicatie verloren gaat.</i>
3	UWV denkt na over de inkoopstrategie voor haar communicatievraagstukken voor de komende jaren. Er wordt op dit moment nagedacht over een aanbesteding voor strategische (merk) communicatie en een aanbesteding voor Contentcreatie en tactische communicatie vraagstukken in de volle breedte. Is deze opsplitsing een logische keuze of zijn er volgens u andere manieren en aanbevelingen om hiernaar te kijken?

<i>Antwoord</i>	<i>De meeste partijen vinden het een logische keuze om een splitsing te maken tussen enerzijds strategische (merk) communicatie en contentcreatie en tactische communicatie vraagstukken in de volle breedte anderzijds. Er zijn voor beide onderdelen verschillende bureaus die goed zijn in hun eigen expertise. Wel moet er gekeken worden hoe de regie en aansluiting geregeld wordt, omdat er een duidelijk en belangrijk verband zit tussen deze verschillende disciplines. Ook zijn er partijen die aangeven met 1 bureau te werken voor zowel het strategische als het tactische en content gedeelte, om op basis van één idee het merk te waarborgen. Daarnaast is het qua proces makkelijk om met 1 bureau te werken. Wat de keuze ook zal zijn, alle partijen benadrukken dat consistentie en integraliteit tussen strategie en uitvoering belangrijke voorwaarden zijn.</i>
4.	De communicatiewereld staat aan de vooravond van grote veranderingen, gezien de opkomst van AI/ ChatGPT en wat dit betekent voor zowel klant- als bureauijde. Zie ook recent het artikel van MediaMonks in adformatie. Bent u van plan om Chat GPT in te zetten in uw werk? En hoe kunnen wij als overheidsorganisatie zoals UWV op deze nieuwe toekomst anticiperen en welke flexibiliteit raadt u ons hierover aan bij de inkoop van communicatie diensten?
<i>Antwoord</i>	<i>De meeste partijen maken gebruik van AI/ChatGPT. Het brengt een hoop kansen met zich mee voor bedrijven, merken, bureaus en de ervaring leert dat je tot verrassende inzichten kunt komen. Met behulp van ChatGPT kunnen bedrijven op grote schaal content creëren maar ook experimenteren. Daarnaast houden partijen de ontwikkelingen rondom AI ook nauwlettend in de gaten. Het merendeel van de partijen adviseert om bij de inkoop van communicatiediensten bureaus te vragen naar hun visie en ervaring met betrekking tot AI. Maar ook duidelijke afspraken te maken over wanneer en hoe AI/ChatGPT ingezet kan worden, de ontwikkelingen rondom AI in de gaten te houden en actie erop te ondernemen.</i>
5.	In tegenstelling tot oneindige mogelijkheden qua techniek zien we de waarde van empathische communicatie, persoonlijke communicatie, behoefte aan transparantie en behoefte aan meer kennis over gedragsverandering. In die zin ontwikkelt het vak zich ook naar andere specialistische kennis. Hoe zou UWV dit moeten meenemen in de uitvraag?
<i>Antwoord</i>	<i>De meeste partijen geven aan dat UWV deze specialistische kennis specifiek moet vragen aan de bureaus. De meeste partijen geven ook aan dit te doen door middel van het opvragen van referentieprojecten, waarin praktijkvoorbeelden worden aangehaald om de expertise met en toepassing van gedragsveranderingstechnieken en empathische communicatie aan te tonen. Zodat UWV een beter beeld krijgt van wat de bureaus voor UWV kunnen betekenen.</i>
6.	Indien u nog onderwerpen c.q. vragen heeft die kunnen leiden tot een kwalitatief hoogwaardige aanbesteding t.b.v. de dienstverlening communicatie, verzoeken wij u dit onder dit item mee te nemen in uw input.
<i>Antwoord</i>	<i>De meeste partijen geven aan dat UWV goed moet nadenken over het vormgeven van de uitvraag. De referentieprojecten en casussen zijn belangrijk en waardevol, maar de hoeveelheid werk die er soms bij komt kijken is groot. Partijen benadrukken aan UWV om goed na te denken over de hoeveelheid werk waarmee bureaus worden belast. Daarnaast geven partijen ook mee dat het ook belangrijk is om duidelijk te zijn over de eisen/vereisten en de ruimte voor innovatie en creativiteit.</i>

3. Vervolg

De verkregen informatie en inzichten vanuit de marktconsultatie zullen worden meegenomen in de voorbereiding van een opvolgend inkooptraject.

Ter afsluiting van dit verslag wil UWV graag alle partijen bedanken voor het opstellen en insturen van hun beantwoording. Het vrijelijk delen van kennis en inzichten op deze wijze is voor UWV een waardevolle bron van informatie en een manier om contact te houden met 'de markt' en de ontwikkelingen aldaar. Wij stellen uw medewerking zeer op prijs.

Amsterdam, 20 juli 2023