

Vraag	Antwoord
Hoe wordt de Smartly tool op dit moment ingezet? Voor welke campagnes wel/niet Welk digital media bureau helpt hierbij en welke rol spelen zij hierin Hoe ziet dit proces eruit tot livegang van een campagne?	Smartly wordt nu gebruikt om jobmarketing campagnes qua creatie te maken volgens een vast format. Hierdoor kunnen we snel handelen en maken we geen grote kosten voor in verhouding kleine campagnes. We hebben andere campagnes die niet via smartly gemaakt zijn wel ingevoerd in smartly om via die weg de campagnes voor meta rechtstreeks vanuit smartly in te kopen. Job branding en employer branding campagnes zijn tot nu toe alleen via smartly gegaan bij mediainzet.
Wat is de gewenste situatie mbt de combinatie inkoop van media en executie via Smartly?	Het voordeel en de reden dat we nu smartly gebruiken zit in het stuk dynamic ads. We kunnen meer variëren en assets testen om te kijken wat het beste werkt voor welke doelgroep. Heeft het geen voordeel dan kan er ook buiten smartly gewerkt worden of staan we open voor een andere werkwijze.
In hoeverre is ProRail bereid een alternatief voor Smartly te overwegen?	het aanbod op de markt wat betreft tooling verandert snel en ontwikkelt zich ook. We hebben ongeveer een jaar geleden voor smartly gekozen, omdat je niet alleen via het platform adds kan creëren, maar ook media voordelen hebt. Zijn er andere keuzes die niet te veel impact en extra kosten opleveren staan we altijd open voor het gesprek.
Hoe ziet het huidige recruitmenttechnologielandschap eruit? Bijvoorbeeld: welk recruitmentsysteem en CMS worden gebruikt? Wat is de huidige webbouwer, met welk digital agency wordt samengewerkt? Zijn er nog andere recruitmenttools in gebruik?	Ons ATS is Netive, maar wordt in 2025 vervangen door een nog aan te besteden ATS. Ons CMS is Episerver. De namen van onze leveranciers houden we voor onszelf. We maken verder gebruik van Textmetrics en het G!ant.
Om de ProRail vraag 4 te kunnen beantwoorden is het van ons van belang om te begrijpen wat de verhouding gaat zijn tussen corporate communicatie en arbeidsmarktcommunicatie. Kan ProRail ons daarin meenemen? Waar ligt het zwaartepunt?	Het zwaartepunt ligt bij arbeidsmarktcommunicatie. Op dit moment ongeveer 80 - 20% van het beschikbare budget. Deze verdeling ligt niet vast gedurende de contracttijd, maar het zwaartepunt blijft bij arbeidsmarktcommunicatie liggen.
Wat is de reden dat ProRail in dit RFI/RFP op zoek is naar uitbreiding van het leverancierslandschap?	Het contact met onze huidige leverancier loopt eind 2024 af.
Op welke termijn verwacht ProRail de uiteindelijke RFP te publiceren?	2e kwartaal 2024

Wat bedoelt ProRail met recruitment marketing technologie?	1 Het inzetten van software en technologie om het proces van het aantrekken, identificeren en betrekken van (toekomstige) sollicitanten te automatiseren en te vereenvoudigen. 2 Software toepassingen en technologieën die zijn ontworpen om effectiever doelgroepgerichte content in te zetten op verschillende online kanalen.
Staat lead generatie en het activeren en her-activeren van talentpools t.b.v. een hogere conversie op de agenda van ProRail?	Ja
Wat bedoelt ProRail met '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.
Hoeveel vacatures zet ProRail jaarlijks extern uit?	Gemiddeld zo'n 600 vaste vacatures en 100 stage vacatures
Wat is de verhouding qua aantal vacatures binnen de verschillende arbeidsmarktdoelgroepen?	De meeste vacatures worden uitgezet binnen Verkeersleiding, Techniek (projecten en assetmanagement) en ICT.
Hoe belangrijk is marketing automation voor ProRail?	We maken er momenteel nog weinig gebruik van omdat ons huidige landschap beperkt is, maar gezien de huidige ontwikkelingen in de digitale markt denken wij dat dit niet kan ontbreken in de dienstverlening van een nieuwe leverancier. Het gebruik van innovatieve technologieën om betere media inzet te kunnen doen is voor ons belangrijk.