

Bijlage 1 Programma van Eisen aanbesteding communicatie AMR Zuid-Limburg

1 Inleiding

De Arbeidsmarktregio Zuid-Limburg (AMR Zuid-Limburg) is één van de 35 arbeidsmarktregio's in Nederland. Het is een netwerksamenwerking tussen de drie centrumgemeenten Heerlen, Maastricht en Sittard-Geleen, UWV, SBB (Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven), de werkgeversorganisaties LWV en MKB Limburg, de werknemersorganisaties FNV en CNV en het onderwijs vertegenwoordigd door Vistacollege (MBO) en Zuyd Hogeschool (HBO). Binnen de AMR Zuid-Limburg werken de partners samen om de arbeidsmarkt beter te laten functioneren en knelpunten zo effectief mogelijk op te lossen. We willen daarmee bereiken dat we meer mensen kansrijk opleiden, hun arbeidsmarktpositie versterken en meer mensen duurzaam aan werk helpen.

Het *Werkcentrum Zuid-Limburg* is de gezamenlijke dienstverlening op de schaal van Zuid-Limburg waarin de samenwerking concreet vorm krijgt. In deze regio wonen ongeveer 600.000 mensen. Het Werkcentrum Zuid-Limburg wil voor al die inwoners de laagdrempelige ingang zijn voor hun vragen op het vlak van werk en ontwikkeling. Ook werkgevers kunnen hier terecht met hun vragen op het vlak van de werving en ontwikkeling van medewerkers. Via de gezamenlijke Werkcentrum-aanpak bieden de partners dienstverlening op het vlak van mobiliteit (inclusief van werk naar werk), leren en werken, herontwerp van bedrijfsprocessen (incl. job-carving) en de Euregionale arbeidsbemiddeling. Deze diensten worden locatie-onafhankelijk ontsloten. Op dit moment zijn twee fysieke inlooplocaties van Werkcentrum Zuid-Limburg operationeel, in Maastricht en in Sittard-Geleen. De digitale ontsluiting is in ontwikkeling. Daarnaast worden vanuit Werkcentrum Zuid-Limburg ook programma's en projecten opgezet en aangestuurd. Dit is als het ware de flexibele schil aanvullend op de 'vaste' dienstverlening. De partners van de AMR Zuid-Limburg en hun medewerkers worden via het onderdeel 'lerend netwerk' ondersteund op vlak van professionalisering, kennisdeling en informatie.

Gemeente Heerlen is als centrumgemeente verantwoordelijk om o.a. de administratie en financiën van de arbeidsmarktregio te organiseren en te verantwoorden. Vanuit deze rol treedt de gemeente Heerlen op als aanbestedende dienst voor deze aanbesteding namens alle partners in de arbeidsmarktregio.

2 Doel

Met deze opdracht willen de partners een communicatiepartner contracteren. Deze communicatiepartner adviseert, ondersteunt en ontzorgt de directeur Werkcentrum Zuid-Limburg en de netwerkpartners op het vlak van:

- de externe communicatie naar werkzoekenden, werkenden en werkgevers met (mogelijke) vragen op vlak van werk en ontwikkeling.
 - Het doel is de verschillende doelgroepen effectief te bereiken en te activeren om stappen te zetten op vlak van werk en ontwikkeling.
- de interne communicatie naar alle stakeholders en hun medewerkers
 - Het doel is de partners en hun medewerkers te informeren over activiteiten, resultaten en trends & ontwikkelingen op de arbeidsmarkt.
- het opzetten en uitvoeren van informatiecampagnes.
 - Het doel van de campagnes is om zoveel mogelijk mensen te bereiken van de beoogde doelgroepen, zodat zij weten waar ze terecht kunnen en wat de mogelijkheden zijn rond het vinden van werk en (om)scholing.

Gezien de diversiteit van de doelgroep is communicatie op taalniveau B1 een vereiste voor alle uitingen. De Europese Digitale Toegankelijkheidsrichtlijn (Richtlijn 2016/2102/EU) verplicht alle lokale, regionale en nationale overheden om hun websites en mobiele applicaties toegankelijk te maken. Dit geldt ook voor de communicatie van Werkcentrum Zuid-Limburg.

De AMR Zuid-Limburg zoekt een partner die proactief handelt, adviseert en meedenkt. Een partner die in staat is om door goede communicatie snel tot resultaten te komen. De werkzaamheden zijn dynamisch en vragen regelmatig om actie op korte termijn. De opdrachtnemer monitort de effectiviteit van de uitingen en campagnes actief en rapporteert zijn/haar bevindingen tijdens het tweewekelijkse overleg. Op basis van deze rapporten wordt waar mogelijk bijgestuurd. Voor deze bijsturing worden door de opdrachtnemer voorstellen gedaan, wanneer dat nodig is (bijvoorbeeld wanneer het bereik of resultaat minder is dan verwacht). De doelstelling is om het bereik en de response bij alle uitingen te behouden of te laten toenemen.

Opdrachtwaarde

De regionale arbeidsmarktinfrastructuur wordt de komende jaren onder de loep genomen en daarbij wordt ook gekeken naar de financiering van de huidige netwerksamenwerking AMR Zuid-Limburg. Dat betekent dat er schommelingen kunnen optreden in de beschikbare middelen per jaar. We gaan uit van een indicatief jaarbudget van 200.000 à 250.000 euro. Deze bedragen zijn exclusief 21% btw.

3 De opdracht

De werkzaamheden van het communicatiebureau hebben betrekking op:

- Het organiseren van de externe communicatie naar werkzoekenden, werkenden en werkgevers
- Het inrichten van de interne communicatie
- Het ontwikkelen, uitvoeren, bijsturen en coördineren van campagnes.

De hieronder beschreven werkzaamheden zijn indicatief en geven een beeld van de aard en omvang van de werkzaamheden, maar zijn niet limitatief.

Externe communicatie

Webdesign en content, in principe twee keer per maand:

- schrijven van content (blogs) voor de website, sociale media accounts en digitale en geprinte materialen;
- redactie van de nieuwsbrief Werkcentrum Zuid-Limburg;;
- content plaatsen op website en sociale media;
- webredactie uitvoeren;
- hosten van de website;
- technisch beheer website.

Advisering, in principe twee keer per maand

- proactieve advisering over marketingkansen voor een te bereiken doelgroep, sector of instrument;
- proactieve advisering over de toe te passen communicatiestrategie voor een doelgroep
- monitoren, analyseren en beoordelen van het bereik en de response van campagnes en uitingen op basis van een uitdraai uit het monitoringssysteem, dat minimaal bevat: aantallen clicks, verblijfsduur, reacties etc. Zie als voorbeeld de link naar de rapportage benoemd in hoofdstuk 2;
- bijsturen op basis van de analyse, beoordeling en uitvoeren na akkoord van de directeur Werkcentrum Zuid-Limburg

Interne communicatie binnen het samenwerkingsverband

In het kader van deze aanbesteding erkennen wij de cruciale rol van interne communicatie binnen ons samenwerkingsverband. Onze strategie is gericht op het waarborgen van een naadloze uitwisseling van informatie, het bevorderen van samenwerking en het garanderen van transparantie tussen alle betrokken partijen. Hieronder schetsen we onze aanpak:

1. Communicatiestructuur: We implementeren een duidelijke communicatiestructuur die ervoor zorgt dat informatie efficiënt wordt verspreid binnen het samenwerkingsverband. Dit omvat het benoemen van communicatieverantwoordelijken binnen elk team en het vaststellen van formele kanalen voor het delen van belangrijke updates en besluitvorming.
2. Regelmatige vergaderingen: We organiseren regelmatig geplande vergaderingen om de voortgang van het project te bespreken, knelpunten te identificeren en gezamenlijke beslissingen te nemen. Deze vergaderingen bieden een platform voor het uitwisselen van ideeën en het oplossen van problemen in een collaboratieve omgeving.
3. Gebruik van technologie: We willen gebruik maken van geavanceerde communicatietechnologieën om real time samenwerking te bevorderen, ongeacht de fysieke locatie van de teamleden. Dit omvat het gebruik van gedeelde documentatieplatforms, diverse software en instant messaging-apps om de communicatie te vergemakkelijken.
4. Transparantie en documentatie: We streven naar volledige transparantie binnen ons samenwerkingsverband door alle relevante informatie en beslissingen te documenteren en beschikbaar te stellen aan alle betrokken partijen. Dit bevordert niet alleen een geïnformeerde besluitvorming, maar verhoogt ook de verantwoordingsplicht.
5. Flexibiliteit en openheid: We moedigen een cultuur van flexibiliteit en openheid aan, waarin teamleden worden aangemoedigd om hun ideeën en zorgen te delen. Dit bevordert een omgeving waarin innovatie wordt aangemoedigd en uitdagingen proactief worden aangepakt.

Door middel van deze interne communicatiestrategie streven wij ernaar om een hechte en goed gecoördineerde samenwerkingsomgeving te creëren, wat essentieel is voor het succesvol samenwerken binnen de gestelde termijnen en met de gewenste kwaliteit.

Campagnes

De campagnes te ontwikkelen, uit te voeren, bij te sturen en te coördineren. Zo'n campagne kan gericht zijn op het promoten van een instrument, bijvoorbeeld praktijkleren. De opdracht omvat in ieder geval de volgende werkzaamheden, waarbij de genoemde aantallen een indicatie van de workload kunnen zijn:

- Tekstredactie:
 - aantrekkelijke en pakkende teksten schrijven, toegesneden op de doelgroep van die bewust campagne.
- Vormgeving, in principe twee keer per maand:
 - kwalitatief vormgeven van de content voor alle materialen, zowel voor tekst als grafische elementen in lijn met de huisstijl;
 - DTP: eenvoudig opmaken van middelen in de huisstijl van Werkcentrum Zuid-Limburg en aanpassen van bestaande communicatiemiddelen voor herdruk.

Online marketing, in principe zes keer per jaar:

- promotie van content en doorlopende campagnes;
- sociale media campagnes: complete uitvoering inclusief plaatsing en bijsturing. Een campagne kan uit meerdere redactionele content bestaan.

Incidenteel en op aanvraag te offeren:

- overige campagnes: complete uitvoering tot en met het opleveren van specificaties voor inkoop bij een derde partij, bijvoorbeeld inkoop van gadgets,
- inkoop van advertentieruimte of zendtijd;
- film/video productie.

De opdracht omvat ook deelnemen aan het tweewekelijks overleg van 30 minuten tot 1 uur, waarbij het communicatiebureau adviseert over doelgroep- en sectorbenadering en activiteiten voor doorlopende Facebook en LinkedIn campagnes en voor de website. In dit overleg worden alle lopende en uit te voeren activiteiten worden besproken.

- Van opdrachtnemer wordt bij dit gesprek initiatief verwacht voor het aandragen van ideeën op basis van kennis en inzicht in de arbeidsmarkt in zijn algemeenheid. Daarnaast wordt in het bijzonder advies gevraagd voor de beoogde doelgroepen in de regio Zuid-Limburg, zoals werkzoekenden met een afstand tot de arbeidsmarkt, kwetsbare werkenden, jongeren, zij-instromers.
- Kennisdeling over initiatieven van Werkgeversservicepunten, Regionale mobiliteit teams en andere arbeidsmarktregio's worden daarbij gewaardeerd.
- 8 x per jaar vindt een breder communicatie overleg plaats met als doel:
 - Communicatiecollega's van de partners meenemen in de ontwikkelingen op het gebied van marketing en communicatie van Werkcentrum Zuid-Limburg.
 - Bij deze collega's input ophalen voor krachtige campagnes.
 - Van deze collega's feedback verkrijgen op lopende campagnes.

Werkcentrum Zuid-Limburg voert de tweewekelijkse gesprekken graag met een vaste contactpersoon die de brug vormt met andere specialisten van het bureau. Indien nodig kan een specialist aanwezig zijn bij het overleg.

Onderwerpen tijdens het tweewekelijks gesprek zijn (niet limitatief):

- Inhoudelijke analyse en advies ten aanzien van het bereik en de response van de website, sociale mediakanalen en campagnes op basis van een uitdraai van heta monitoringsysteem met de hiervoor benoemde data;
- In te zetten vervolg acties op basis van de data;
- Voorstellen voor bijsturing op lopende campagnes betreffende specifieke doelgroepen, sectoren of instrumenten zoals: nieuw te publiceren informatieve uitingen;
- inzet van 'evergreens', dat wil zeggen online content die niet snel veroudert;
- Ontwikkelingen / campagnes bij andere Werkgeversservicepunten en Regionale mobiliteit teams;
- Ontwikkelingen in de arbeidsmarkt en de arbeidsmarktregio Zuid-Limburg
- Succes verhalen die gebruikt worden op de website of op social media;
- Tips om te solliciteren en informatie over sectoren;
- Te ontwikkelen digitale, audiovisuele en geprinte materialen.

De permanente sociale media campagnes vinden momenteel plaats op LinkedIn en Facebook. Uitbreiding naar nieuwe media is op dit moment niet voorzien.

4 Gevraagde ervaring en kwaliteiten

Betrokkenheid bij de doelen van de AMR Zuid-Limburg

De arbeidsmarktregio's in Nederland hebben onder andere als taak om mensen te ondersteunen die niet zelfstandig aan het werk kunnen komen of blijven. Daarom investeert de AMR Zuid-Limburg in de ontwikkeling en begeleiding van mensen. Bedrijven worden daarom uitgenodigd om deze mensen een baan aan te bieden waarin ook ruimte is voor verdere ontwikkeling. Het Werkcentrum Zuid-Limburg is één van de organisaties die werkzoekenden en werkgevers hierbij ondersteunt. Vanuit deze verantwoordelijkheid wil De AMR Zuid-Limburg zaken doen met een partij die bijdraagt aan het realiseren van haar doelstelling.

Perspectief op regionale samenwerking

De samenwerking binnen de AMR Zuid-Limburg kenmerkt zich door een samenwerking tussen verschillende partners maar ook tussen de drie gewesten in de arbeidsmarktregio: Westelijke Mijnstreek (centrumgemeente Sittard-Geleen), Maastricht Heuvelland (centrumgemeente Maastricht) en Parkstad Limburg (centrumgemeente Heerlen, tevens centrumgemeente voor de Arbeidsmarktregio Zuid-Limburg). Typisch voor Zuid-Limburg is ook de Euregionale component. De communicatiepartner moet kunnen schakelen tussen de verschillende schaalniveaus en invalshoeken. De AMR Zuid-Limburg zoekt dan ook een partner met aantoonbare ervaring met samenwerking binnen een dergelijke context waarbij directe interactie en verbinding cruciaal is.

Werkwijze Communicatiepartner

De opdracht brengt een brede waaier van soorten activiteiten met zich mee. Meer generieke communicatievraagstukken maar ook aspecten die een meer specialistische aanpak vergen. De AMR Zuid-Limburg zoekt een communicatiepartner die deze verschillende facetten kan bedienen. Dat kan via een complete 'in-house' aanpak maar het kan ook via een ervaren en stabiel consortium of netwerksamenwerking. Eén vast aanspreekpunt voor de gehele uitvoering van de opdracht is wel cruciaal.

Het is de bedoeling van de aanbestedende dienst om met één aanbieder een overeenkomst aan te gaan.

5 Duur van de overeenkomst

De overeenkomst wordt in principe voor een periode van 2025 – 2028 aangegaan. De overeenkomst kan tussentijd worden beëindigd ingeval de rijksoverheid de uitvoering van het arbeidsmarktbeleid via de Arbeidsmarktregio's beëindigt.

De overeenkomst kan ook worden beëindigd ingeval de opdrachtnemer in gebreke blijft in de uitvoering.

6 Eisen

Nummer	Eis
<i>Algemeen:</i>	
1.	Opdrachtnemer verplicht zich om een vaste accountmanager en een vervanger aan te stellen, die bij afwezigheid van de vaste accountmanager voldoende op de hoogte is om zaken over te nemen. Zij zijn primair verantwoordelijk voor de naleving en verdere invulling van de overeenkomst en gedurende kantooruren (maandag t/m vrijdag tussen 8:30 en 17:00 uur) telefonisch en per email bereikbaar. De positie van accountmanager wordt zo mogelijk niet gewijzigd.

	Blijkt verandering toch noodzakelijk, dan wordt de opdrachtgever graag betrokken bij de vervanging om de overgang in de samenwerking zo soepel mogelijk te laten verlopen.
2.	De (vervangende) accountmanager van de opdrachtnemer is na reguliere werktijd, tijdens werkdagen, mobiel bereikbaar ingeval van een calamiteit. Bij calamiteiten wordt binnen 1 uur een reactietijd verwacht.
3.	Indien de opdrachtnemer voor een opdracht samenwerkt met een andere, door de opdrachtgever gecontracteerde partij, (bijv. drukker, uitgever) dragen zij samen verantwoordelijkheid voor afstemming, correcte en tijdige uitvoering van de opdracht, zonder dat hier extra kosten uit voortvloeien voor de AMR Zuid-Limburg De contractpartner die de initiële opdracht heeft ontvangen van de AMR Zuid-Limburg is verantwoordelijk voor het tijdig opleveren van het afgesproken resultaat tussen de opdrachtnemer en de AMR Zuid-Limburg
4.	Offertes van derde partijen dienen op basis van een open calculatie te worden aangeboden, dat wil zeggen dat op maandbasis de te besteden uren, uurtarieven, eventuele kosten bij derden, overheadkosten en eventuele kosten voor risico opslag of andere kosten die in rekening gebracht gaan worden, inzichtelijk zijn.
<i>Media inkoop:</i>	
5.	Indien gewenst verzorgt de opdrachtnemer de media-inkoop van online middelen voor de diverse gevraagde campagnes die de AMR Zuid-Limburg niet zelf inkoop.
6.	De opdrachtnemer onderhandelt met de diverse adverteerders/ uitgevers over een scherpe prijs/kwaliteitverhouding van in te kopen diensten en is hierover transparant naar de opdrachtgever.
7.	Het proces om tot het eindresultaat van de opdracht te komen kent meerdere feedback rondes waarbij de AMR Zuid-Limburg uitgaat van het principe first time right. Mocht een wijziging toch nodig zijn, dan leidt dit niet tot meerkosten voor de opdrachtgever.
<i>Huisstijl:</i>	
8.	Opdrachtnemer dient zich te allen tijde te houden aan de uitgangspunten van de vastgestelde huisstijl Werkcentrum Zuid-Limburg en de eventueel te ontwikkelen merkstrategie, merkbeleid en veranderingen in de huisstijl Werkcentrum Zuid-Limburg door de AMR Zuid-Limburg. Opdrachtnemer is in eerste instantie verantwoordelijk voor een correcte vertaling van de huisstijl.
9.	Beeldmateriaal (anders dan stockfoto's) van Werkcentrum Zuid-Limburg en de AMR Zuid-Limburg of beeldmateriaal dat specifiek voor Werkcentrum Zuid-Limburg is vervaardigd, mag in geen enkel geval zonder schriftelijke toestemming van de AMR Zuid-Limburg voor andere doeleinden of door derden worden gebruikt.
10.	Beeldmateriaal dat Opdrachtnemer ontwikkeld heeft voor Werkcentrum Zuid-Limburg c.q. de AMR Zuid-Limburg is beschikbaar voor Werkcentrum Zuid-Limburg om beperkt aan te passen en te gebruiken. De verantwoordelijkheid voor correcte toepassing van de huisstijl ligt in zo'n situatie bij Werkcentrum Zuid-Limburg.
11.	Het eigendom van de inhoud en vormgeving van de website en de domeinnaam www.Werkcentrum Zuid-Limburg.nl ligt bij de AMR Zuid-Limburg!
12.	Opdrachtnemer zal de AMR Zuid-Limburg vrijwaren van alle claims met betrekking tot door Opdrachtnemer aangeleverde stockfoto's. Opdrachtnemer draagt zorg voor de afdracht van de juiste en volledige licentiekosten dan wel alle auteursrechten (ook van eventuele onderaannemers).

	Voor materiaal dat de AMR Zuid-Limburg aanlevert ligt de verantwoordelijkheid voor afdracht van licentiekosten dan wel auteursrechten bij de AMR Zuid-Limburg.
13.	Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor onderling contact, afstemming en communicatie met overige samenwerkingspartners (bijv. drukkers, uitgevers) met het doel een first time right oplevering en correcte doorvertaling van huisstijl in het concept en bijbehorende uitingen.
<i>Nazorg:</i>	
14.	Opdrachtnemer heeft de klachten binnen twee werkdagen afgehandeld tenzij, afhankelijk van de ernst van de klacht, in overleg met de directeur Werkcentrum Zuid-Limburg anders wordt beslist. De melder krijgt hierover terugkoppeling.
15.	Voor telefonische klachten geldt de datum van telefonisch melden van de klacht. Voor schriftelijk (per post en per email) binnengekomen klachten geldt dit vanaf de ontvangstdatum van de klacht.
<i>ICT:</i>	
16.	Opdrachtnemer zorgt voor een ononderbroken beheer van de huidige website en sociale media kanalen bij de overname van de huidige aanbieder.
17.	Opdrachtnemer zorgt voor een ononderbroken beheer van de website en sociale media kanalen bij de overdracht naar Werkcentrum Zuid-Limburg of een andere aanbieder bij beëindiging van de overeenkomst.
<i>Monitoring en evaluatie:</i>	
18.	Twee keer per jaar is Opdrachtnemer aanwezig bij het evaluatiegesprek over de voorgaande 6 maanden. De evaluatiegesprekken vinden plaats in juni en november. Bespreekpunten daarbij zijn in ieder geval: <ul style="list-style-type: none"> • de wijze van samenwerking; • de resultaten van de opgestarte campagnes in die periode; • het totaaloverzicht van marketingstatistieken en analyses; • de uitnutting van het budget voor inkoop van derde partijen en de verwachting voor de komende periode; • de rapportage over ingediende en afgehandelde klachten.
19.	Opdrachtnemer is elke twee weken aanwezig bij het voortgangsoverleg met Werkcentrum Zuid-Limburg.