



Beste deelnemer,

Hartelijk dank voor jullie deelname aan de marktconsultatie voor een toekomstbestendige digitale oplossing voor de Hogeschool Rotterdam. We waarderen jullie inzet, expertise en de openheid waarmee jullie met ons hebben meegedacht over de uitdagingen en mogelijkheden rondom een Digital Experience Platform (DXP).

Zoals beloofd hebben we de leerpunten uit alle gesprekken verzameld, geanonimiseerd en gebundeld. Deze inzichten helpen ons als organisatie om goed onderbouwde vervolgstappen te zetten in de voorbereiding op een eventuele aanbesteding. We delen deze samenvatting graag met jullie terug, zodat ook jullie kunnen profiteren van de gezamenlijke kennis die in deze gesprekken is opgedaan.

Op basis van alle gesprekken zijn de volgende thema's en leerpunten naar voren gekomen:

1. Digital Experience Platform: wat is het en wat vraagt het?

- Een DXP is méér dan een CMS; het bestaat uit meerdere technologieën (identity, content, personalisatie, integraties, etc.) die samen een consistente gebruikerservaring mogelijk maken.
- De verschuiving van een monolithische suite naar een *composable architecture* wordt breed omarmd. Dit biedt flexibiliteit, schaalbaarheid en toekomstbestendigheid.
- Starten met een beperkte scope of pilot wordt aanbevolen: klein beginnen, leren en vervolgens uitbreiden.

2. Personalisatie als kans én uitdaging

- Personalisatie wordt gezien als essentieel om potentiële studenten beter te bereiken en te converteren.
- Daarvoor zijn niet alleen tools nodig, maar ook goede datastructuren, duidelijke doelen en betrokken afdelingen (o.a. marketing, ICT, CRM).
- De mate van personalisatie die een DXP zelf aankan verschilt sterk: sommige oplossingen bieden alleen segmentatie, andere gaan richting marketing automation.

3. Inrichting van content en governance

- Meerdere partijen benadrukten het belang van contenthergebruik zonder duplicatie over kanalen (bijv. web, app, narrowcasting).

- Workflowmanagement, versiebeheer en rolgebaseerde governance zijn cruciale capabilities voor contentbeheer in een complexe organisatie.
- DXP's verschillen sterk in de manier waarop contentproductie en -beheer wordt ondersteund.

4. Organisatie en adoptie

- Succesvol gebruik van een DXP hangt sterk af van organisatorische volwassenheid en verandercapaciteit.
- Het is van belang om te investeren in mensen, processen en contentproductie – niet alleen in technologie.
- Gebruik van volwassenheidsmodellen, adoptieprogramma's en een 'olievlekbenadering' kan helpen bij de transformatie.

5. Technische integraties en data-architectuur

- Er is een sterke noodzaak om goed na te denken over de integratie met systemen als SIS, CRM, DAM, PIM en identity management.
- Cloudkeuzes en datasoevereiniteit (bijv. EU-hosting, Nederlandse datacenters) kunnen doorslaggevend zijn in het selectieproces.
- Verschillende partijen bieden integraties standaard aan of via hun partnernetwerk; dit heeft invloed op doorlooptijd en kosten.

6. Aanbestedingsstrategieën

- Veel leveranciers adviseren om technologie en implementatie samen in één perceel op te nemen, of juist bewust te splitsen – afhankelijk van de mate van grip en kennis in de organisatie.
- Let op met het 'stapelen' van eisen bij selectiecriteria (zoals referenties met specifieke kenmerken); dit kan de markt onbedoeld beperken.
- Het formuleren van functionele doelen in plaats van technische eisen biedt meer ruimte voor innovatieve oplossingen.

7. Referenties en onderwijservaring

- Niet alle aanbieders hebben ervaring binnen het Nederlandse onderwijs, maar wél met andere complexe (semi-)publieke organisaties.
- Afweging: wil je specifiek onderwijservaring eisen, of juist openstaan voor bredere expertise met andere sectoren?

**Tot slot**

Deze inzichten vormen een waardevolle basis voor ons interne beraad over de vervolgstappen. Jullie bijdragen aan dit proces waren essentieel, en daarvoor nogmaals onze oprechte dank.

Zodra we als Hogeschool Rotterdam verdere stappen zetten in dit traject, zullen we dit via de gebruikelijke kanalen communiceren.

Met vriendelijke groet,

Hogeschool Rotterdam