

VRAGENLIJST

Bijlage 2 bij marktconsultatie Digital Experience met kenmerk TN 506051

Invulinstructie vragenlijst	
1. Kolom Nr.	Betreft het aantal vragen per Deelnemer. Deelnemer dient zelf verder door te nummer bij meer dan 10 vragen.
2. Kolom Vraag MC	Geef aan op welke vraag uit de Marktconsultatie uw vraag
3. Kolom Par.	Geef aan op welke paragraaf en / pagina uit het document de vraag betrekking heeft.
4. Kolom V/O	Vermeld hier per regel één vraag of opmerking. LET OP: gebruik <u>geén</u> firmanamen en/of merknamen.

Nr.	Vraag MC	Par.	Vraag/opmerking	Antwoord
1		Vragenformulier	U schrijft in uw antwoordformulier " U kunt door middel van separate zelf op te stellen bijlagen, informatie aanleveren over andere thema's die niet zijn opgenomen in deze vragenlijst.". Kunt u aangeven op welke wijze u deze informatie wilt ontvangen?	Aanvullende informatie kunt u aanleveren via de berichtenmodule in TenderNed.
2	3		Heeft u kaders geformuleerd waarbinnen AI toegepast kan/mag worden in uw organisatie? Indien ja, welke zijn dat?	Nee, behalve dat moet worden voldaan aan AVG.
3		Uw consultatiedocument H2.3	Welk CMS / welke CMS-en heeft u momenteel in gebruik?	EPiServer / Optimizely, Contentful
4		Uw consultatiedocument H2.1 en H2.3	U schrijft 'Het gewenste DXP biedt een naadloze ervaring over alle digitale kanalen'. Hoe verhoudt dit zich tot het buiten scope plaatsen van de (door)ontwikkeling van deze kanalen?	Wij zien de applicaties waarmee kanalen worden gevoed los van het kanaal; het kanaal kan gevoed worden vanuit diverse applicaties binnen (en zelfs buiten) het DXP landschap.

VRAGENLIJST

5	-	Hoofdstuk 1.2, Aanleiding en doelstelling van de marktconsultatie	In onze ervaring is technologie nooit de enige reden dat een DXP niet volledig tot zijn recht komt. Is er een analyse gedaan wat de redenen zijn waarom het huidige DXP niet in staat is om de doelen van HS te verwezenlijken? Is er gekeken naar zowel een technologie-, informatie/data-, gebruikers- en organisatieperspectief?	We hebben op dit moment slechts een CMS en CRM, we denken DXP nodig te hebben irt tot onze wervingsdoelstellingen. Een visie hierop is in ontwikkeling
6	-	Hoofdstuk 2.1, Scope	Het DXP dient omni-channel functionaliteit te bieden. De genoemde voorbeelden focussen zich op owned web- en app kanalen. Zijn paid kanalen ook in scope van omni-channel	Owned, wellicht in de toekomst op paid.
7	-	Hoofdstuk 2.1, Scope	Kan Hogeschool Rotterdam meer toelichting geven over waarom het huidige DXP geen omnichannel strategie kan verwezenlijken?	Binnen onze huidige situatie kunnen we niet spreken van een volledig DXP in onze ogen. Componenten uit het DXP landschap ontbreken, waardoor de samenhang en persoonlijke benadering niet vervuld kunnen worden.
8	-	Hoofdstuk 2.3 Huidige en gewenste situatie van het DXP	De conceptuele doelarchitectuur bevat een Application Collaboration laag genaamd "Digital Experience". Uit het diagram maken we op dat het een bestaand component is en dat deze geen onderdeel is van de marktconsultatie. Is dit een bestaand integratie platform? Wordt dit platform door Hogeschool Rotterdam zelf beheerd en doorontwikkeld? Kan Hogeschool Rotterdam deze laag verder omschrijven en specificeren? Moet dit platform ook na de vernieuwing van het DXP in huidige vorm blijven bestaan?	De samenwerking van applicatie componenten maken het vormgeven van digital experience mogelijk. Dit is geen oplossing o.i.d. het is een concept.

VRAGENLIJST

9	-	Hoofdstuk 2.3 Huidige en gewenste situatie van het DXP	De conceptuele doelarchitectuur bevat een PIM. Wat maakt de data die in de PIM opgeslagen dient te worden bijzonder waardoor het niet in het CMS kan worden opgeslagen?	Verzoek aan leverancier: Beantwoord de vraag: Hoe kun je een PIM inzetten bij de toepassing van een DXP? Huidige landschap biedt onvoldoende mogelijkheden om onze onderwijscatalogus goed te beheren waardoor dit nu volledig in CMS is opgenomen. Inzicht of een PIM meerwaarde heeft in onze casus halen we graag uit de marktconsultatie.
10	-	Hoofdstuk 2.3 Huidige en gewenste situatie van het DXP	Eén van de benoemde belangrijkste uitdagingen is 'beperkte functionaliteit'. Is onderzocht wat de achterliggende oorzaak hiervan is? Kunt u dit nader specificeren in de rol van het huidige DXP, het achterliggende software landschap en wellicht nog meer facetten?	CMS biedt niet alle functionaliteiten die gewenst zijn voor DXP toepassing
11	-	Hoofdstuk 2.3 Huidige en gewenste situatie van het DXP	Eén van de benoemde belangrijkste uitdagingen is 'aanbesteding van het huidige CMS'. Kan Hogeschool Rotterdam nader toelichten hoe het huidige CMS en DXP samenwerken? Wat gaat er goed, en wat niet?	In het verleden is conceptueel geen rekening gehouden met DXP als landschap. Daardoor bestaan momenteel alleen de componenten CRM en CMS, welke momenteel in beperkte mate samenwerken.
12	7	3.3.2. Indienen reactie op marktconsultatie document door partij	Vraag 7 refereert aan " <i>overige DXP componenten van de hogeschool</i> ". Welke overige componenten worden hier precies mee bedoeld?	Zie de conceptuele doelarchitectuur. Dit betreft zaken als PIM, personalisatie engine, workflow, integratieplatform, AI
13	9	3.3.2. Indienen reactie op marktconsultatie document door partij	Vraag 9 refereert aan " <i>bestaande Digital Experience onderdelen</i> ". Welke onderdelen worden hier precies mee bedoeld? Kan Hogeschool Rotterdam een overzicht delen van bestaande systemen en hun toepassing die het als onderdeel beschouwd van de huidige DXP?	CMS, CRM, Klantcontactstelsel

VRAGENLIJST

14	12	3.3.2. Indienen reactie op marktconsultatiedocument door partij	Vraag 12 refereert aan privacywetgeving zoals de AVG. Tevens lezen we in het beschrijvend document dat Hogeschool Rotterdam een AI-component wenst t.b.v. personalisatie van de klantreis. Wat is het beleid van Hogeschool Rotterdam rondom het gebruik van AI?	Geen beleid inzake AI aanwezig, behalve dat moet worden voldaan aan AVG
15	22	3.3.2. Indienen reactie op marktconsultatiedocument door partijen	Bij vraag 22 denkt u aan een mogelijke splitsing tussen productlevering en implementatie. Indien uit de marktconsultatie blijkt dat het huidige DXP voldoet en kan blijven bestaan, wat betekent dat voor de toekomstige aanbesteding?	Hogeschool Rotterdam heeft momenteel geen DXP. Het huidige CMS moet worden aanbesteed.
16	2. Visie op DXP architectuur	Par 1.2, pagina 5.	U vraagt om een visie op de DXP markt, DXP architectuur en benodigde busines capabilities maar we zien deze niet volledig terugkomen in het Vragenlijst formulier "Marktconsultatie Digital Experience Platform(DXP) Hogeschool Rotterdam". Klopt het dat deze onderwerpen met name voorbehouden zijn aan een eventuele mondelinge toelichting op 11 of 21 maart 2025?	We zijn nieuwsgierig naar marktontwikkelingen ongeacht onze eigen visie op de markt, architectuur en benodigde/aanwezige business capabilities. In de vragen onder het kopje 'strategie wordt hier nader naar gevraagd'
17	Architectuur	Par 2.3, pagina 10.	Welke specifieke DXT componenten heeft HR momenteel al in huis?	CMS en CRM en Klantcontactsoftware
18	Procedure en proces	Par 4, pagina 15	In het vragenlijstformulier stelt u dat wij door middel van separate zelf op te stellen bijlagen, informatie aan kunnen leveren over andere thema's die niet zijn opgenomen in deze vragenlijst. Hoe kunnen wij deze indienen (via TenderNed, via de vragenlijst, anders...)?	Zie het antwoord op vraag 1
19	Strategie	Par 2.3, pagina 11	De scope van de marktconsultatie beperkt zich tot de 'conceptuele elementen' PIM, CMS, personalisatie-engine en AI systeem. Ben u mogelijkere wijs geïnteresseerd in een platform dat ook andere elementen in uw conceptuele architectuur zou kunnen doen?	Ja

VRAGENLIJST

20	Architectuur	2.3.	Kunt u een scherpere formulering of voorbeelden geven van de functionaliteiten waar u op zoek naar bent? (één niveau dieper dan termen als personalisatie, integratie en omnichannel, die redelijk algemeen zijn).	Nee, op dit moment niet.
21		2.3	Kunt u aangeven om hoeveel content het gaat?	HR.nl bevat meer dan 30,000 pagina's
22	Architectuur	2.1/2.3	Welke systemen moeten absoluut geïntegreerd worden met het nieuwe DXP?	Zie de conceptuele doelarchitectuur. Dit betreft zaken als PIM, personalisatie engine, procesmanagement, etc. Uitzoomend betreft het een vraagstuk om een open infrastructuur, waarbij diverse databronnen bij elkaar kunnen worden gebracht, zodat een gepersonaliseerde cross-channel communicatiestrategie kan worden ondersteund.
23	Architectuur	2.1/2.3	Hoe belangrijk is het om een modulaire (headless) architectuur te hebben en opzichte van een monolithische oplossing?	Deze afwegingen horen wij vraag vanuit de markt.
24	Architectuur	2.2	Zijn er specifieke voorkeuren voor cloudoplossingen (bijvoorbeeld private, public of hybride cloud)	Mits voldoende aan vigerende wet- en regelgeving rondom privacy en security heeft SAAS onze voorkeur
25	Architectuur	2.3	Hoe worden datastromen tussen het nieuwe DXP en bestaande legacy-systemen gemanagd?	Op kortere termijn (huidige situatie) betreffen dit system to system koppelingen, waarbij deels voorzien is in een API middleware. Voor de langere termijn werkt HR aan een integratieplatform.
26	Strategie	2.1. en 2.3	Welke niveaus van personalisatie verwacht u te gaan bieden? Wat zou in uw ogen idealiter allemaal gepersonaliseerd moeten worden? Waar denkt u aan? Kunt u enkele voorbeelden geven?	We zijn nieuwsgierig naar marktontwikkelingen op het gebied van personalisatie.

VRAGENLIJST

27	Strategie	2.3	Welke gebruiksgroepen staan het meest centraal bij de personalisatiestrategie?	Studenten in iedere fase van hun journey (studiekeizer, aanmelder, student, alumnus); medewerkers in iedere fase van hun journey (werkzoekende, sollicitant, medewerker, oud-medewerker)
28	Strategie	2.3	Welke verwachtingen zijn er rond de consistentie van de gebruikerservaring op verschillende kanalen. Kunt u dit nog iets meer toelichten?	Dat ongeacht het kanaal de student, studiekeizer of medewerker Hogeschool Rotterdam herkent.
29	Strategie	2.1 en 2.3	Wat zijn de belangrijkste uitdagingen met het huidige CMS? Kunt u dit nog wat meer toelichten?	in de basis voldoet het huidige CMS aan de behoeften. Dit component moet echter aanbesteed gaan worden, waardoor we momenteel breder kijken naar het volledige DXP landschap.
30	Strategie	2.1 en 2.3	Hoeveel autonomie hebben verschillende afdelingen of teams nodig in het beheren van de content?	Op dit moment hebben we voor HR.nl zo'n 150 redacteuren die volledig eigen content beheren. Er zijn content-approval-sequences ingericht gezien de wettelijke voorwaarden en gestelde richtlijnen (web, SEO, merk) waar onze content op HR.nl aan dient te voldoen. De autonomie varieert dan ook.
31	Beheer en ondersteuning	2.3	Welke eisen worden gesteld aan het beheer van meertalige content?	Daar is op dit moment niets over bekend. Ter informatie: indien de bezoeker van hogeschoolrotterdam.nl via de taalswitcher voor 'Engels' kiest, wordt de bezoeker doorgestuurd naar rotterdamuas.com. Het kanaal Mijn HR is volledig tweetalig (NL en EN) beschikbaar.

VRAGENLIJST

32	Architectuur	2.1	Is er behoefte aan workflow en goedkeuringsprocessen binnen het CMS?	Ja, die behoefte is er. Op dit moment hebben we voor HR.nl zo'n 150 redacteuren die volledig eigen content beheren. Er zijn content-approval-sequences ingericht gezien de wettelijke voorwaarden en gestelde richtlijnen (web, SEO, merk) waar onze content op HR.nl aan dient te voldoen. De autonomie varieert dan ook.
33	Strategie	2.3 en 2.2.	Hoe worden data en analytics momenteel ingezet binnen marketing en communicatie?	Sturing op werving en instroomactiviteiten. Vanuit Werving en Instroom zijn er beperkte dashboards. Er is ambitie binnen Hogeschool Rotterdam om hier meer mee te doen.
34	Strategie	2.3	Welke inzichten over studenten en gebruikers worden het meest gemist?	Technisch gezien is er geen beperking dat tot gebrek aan inzicht leidt. Wat op dit moment ontbreekt is de capability om data te interpreteren en dit om te zetten naar acties
35	Architectuur	2.3	Zijn er specifieke tools of technieken die gewenst zijn voor data-analyse en rapportage?	Nee, daar is op dit moment niets over bekend. De vraag impliceert dat hier mooie voorbeelden van te geven zijn, wij laten ons graag inspireren op dit vlak.
36	Architectuur	2.3	Hoe worden datakwaliteit en -consistentie gewaarborgd in het huidige systeem?	Door real-time koppelingen met de data-bron en geen informatie op te slaan in het kanaal (zoals HR.nl of Mijn HR)
37	Architectuur	2.2 en 2.3	Zijn er specifieke beveiligingsvereisten voor integraties met bestaande systemen?	Hogeschool Rotterdam heeft een informatiebeveiligingsbeleid gebaseerd op algemeen gedragen security en privacy standaarden.

VRAGENLIJST

38	Beheer en ondersteuning	2.1 en 3.5	Welke interne capabilities zijn beschikbaar om bij te dragen aan de implementatie?	Hogeschool Rotterdam wordt ondersteund door een agency bij het inrichten van het platform. Intern beschikt HR over architecten, informatie analisten, functioneel beheerders, content managers, online marketers, product owners, developers.
39	Strategie	3.2	Wat is het gewenste tijdpad voor de implementatie van het nieuwe DXP?	We verwachten het gehele DXP platform ingericht te hebben tussen 2026 en 2030.
40	Financien	2.3	Is er al een beeld van de interne beheerskosten na implementatie?	Nee, daar is op dit moment niets over bekend.
41	Strategie	2.3	Hoe belangrijk is training en adoptie voor medewerkers in de uiteindelijke keuze van een oplossing?	Heel belangrijk. Op dit hebben we zo'n 150 redacteuren die eigen content beheren. Het is van belang dat deze redacteuren weten hoe ze web, merk en SEO richtlijnen kunnen toepassen binnen het platform.
42	Strategie	2.1	Hoe wordt succes gemeten tijdens en na de implementatie?	Hier is op dit moment niets over bekend.
43	Strategie	2.1	Zijn er specifieke KPI's of doelstellingen voor de wervings- en retentiestrategie die het nieuwe DXP moet ondersteunen?	Ja, die zijn er op het vlak van werving & instroom.
44	Strategie	2.1	Wat zijn de belangrijkste prioriteiten bij het verbeteren van de studentreis?	De studentreis (de klantreis van de student) heeft ons inzicht gegeven in de verschillende fasen die een student doorloopt, van student worden, naar student zijn, naar student blijven (leven lang leren). We bouwen hiermee een duidelijk beeld op van de beleving in de twaalf gedefinieerde fasen van de reis. Op dit moment richten we ons met Marketing & Communicatie op de eerste twee fasen: Oriënteren op de toekomst Studie kiezen
45	Financien	3.2 en 2.4	Is er al een budgetindicatie of een maximaal beschikbaar budget voor deze opdracht?	Nee, daar is op dit moment niets over bekend.

VRAGENLIJST

46	Beheer en ondersteuning	3.3.2.	Welke rol ziet u voor consultants in dit traject, naast de implementatie?	Consultants kunnen Hogeschool Rotterdam naast implementatie helpen waarborgen dat het platform aansluit bij de strategische doelen, of het leveren van meer waarde.
47	Strategie	2.3	Zijn er plannen om eht DXP na implementatie ook in te zetten voor nieuwe doelgroepen?	Er zijn geen concrete plannen aangezien dit een marktconsultatie betreft. Het is wel een wens. Bijvoorbeeld uitbreiding naar studenten, alumni, medewerkers en werkveld
48	Strategie	3.3.3.	Wat zijn uw ideeën over de samenwerking tussen interne en externe partijen tijdens het implementatietraject?	Welwillend, positief
49	Strategie	2.2. en 2.3	Hoe kijkt u aan tegen platformtechnologie?	We begrijpen de term "platformtechnologie" niet in deze context.
50	Beheer en ondersteuning	1.2, pagina 4	Welke support- en onderhoudsdiensten verwacht de Hogeschool Rotterdam van de DXP leverancier(s)?	In deze fase van marktconsultatie nog geen. We willen tijdens deze marktconsultatie inzicht krijgen in de mogelijkheden.
51	Architectuur	1.2, pagina 5	De Hogeschool Rotterdam ziet een DXP als een set van technologische componenten (ofwel systemen) die een consistente en gepersonaliseerde digitale ervaring bieden. Over welke technologische componenten/systemen beschikt de Hogeschool Rotterdam momenteel die onderdeel worden van het toekomstige DXP?	CMS en CRM en Klantcontactsoftware
52	Beheer en ondersteuning	1.2, pagina 5	In hoeverre beschikt de Hogeschool Rotterdam over de vaardigheden voor het beheren en onderhouden van het huidige en de toekomstige DXP?	Die vaardigheden zijn aanwezig of zullen worden opgebouwd.
53	Architectuur	2.1, pagina 7	In hoeverre heeft de Hogeschool Rotterdam de privacy en security maatregelen ingeregeld. En is er vanuit de Hogeschool Rotterdam behoefte om advies te ontvangen om de privacy en security maatregelen te optimaliseren?	Privacy en Security Officers bewaken de richtlijnen. Zij zijn betrokken als stakeholder bij deze marktconsultatie en een mogelijke aanbesteding.

VRAGENLIJST

54	Strategie	2.1, pagina 7	Heeft de Hogeschool Rotterdam behoeften om, naast de bestaande kanalen, andere kanalen te implementeren in het nieuwe DXP? Zo ja, welke kanalen zijn dit?	Omdat Hogeschool Rotterdam met een jonge doelgroep te maken heeft snel nieuwe technologie adopteren (zoals conversational AI) verwachten we op korte termijn hier nieuwe behoefte in te ontwikkelen.
55	Algemeen	Algemeen	In hoeverre heeft de Hogeschool Rotterdam behoefte aan eind-gebruikers onderzoek voor het vaststellen van gebruikersbehoeften, het verbeteren van onderandere gebruikerservaring en verbetering van adoptie van het nieuwe DXP.	Eind-gebruikers onderzoek valt buiten de scope van deze consultatie
56	Algemeen	Algemeen	Wat is de visie van de Hogeschool Rotterdam op het gebruik van technologie in het onderwijs, en hoe kan inhoudelijk advies hierbij ondersteunen?	Dit valt buiten de scope van deze marktconsultatie.
57	Algemeen	Algemeen	In hoeverre heeft de Hogeschool Rotterdam behoefte een breder advies over het inzetten van technologie / digitalisering binnen het onderwijs?	Dit valt buiten de scope van deze marktconsultatie.
58	Algemeen	Algemeen	In hoeverre heeft de Hogeschool Rotterdam behoefte aan een breder advies op het gebied van daa management, achitecteur en/op procesoptimalisatie?	We staan hiervoor open vanuit het perspectief DXP.
59	Algemeen	Algemeen	Heeft Hogeschool Rotterdam behoefte aan een partij die DXP enkel configureert en implementeert (software integrator rol)? Of moet zal deze patij ook ondersteuning moeten bieden aan de transformatie van de organisatie, het ontwerpen van nieuwe processen en transitie naar het nieuwe systeem (business integrator rol)	Waarschijnlijk beide
60	Algemeen	Algemeen	Waar bent u momenteel in uw proces, zit u in de fase om uw eigen ideeën te toetsen met marktpartijen of staat u nog aan het begin van de algehele oriëntatie op een nieuwe tool?	Het doel van deze consultatie is om onze ideeën te toetsen.
61	Algemeen	Algemeen	Wanneer bent u voornemens daadwerkelijk tot uitvoering over te gaan?	2026

VRAGENLIJST

62	Algemeen	Algemeen	Bent u, als u overgaat tot een aanbesteding, bereid om een contractuele splitsing te maken tussen services (zoals advies, implementatie, support, migratie, e.d.) en de benodigde softwarelicenties?	In dit stadium hebben we geen moverende reden om alles in een contract onder te brengen
63	Algemeen	Algemeen	Bent u, als u overgaat tot een aanbesteding, bereid om de hoofdelijke aansprakelijkheid van combinanten niet als eis te stellen in de aanbestedingsvoorwaarden?	In dit stadium hebben we hier geen eisen bij.
64		1.2	Richten jullie je in deze Marktconsultatie specifiek op DXP vendors, implementatie partijen of een combinatie van deze twee.	Vendors die ook implementatie bieden
65		3.1	Welke Partijen heeft Hogeschool Rotterdam geattendeerd om deel te nemen aan deze marktconsultatie? En op basis van welke gronden?	De Hogeschool heeft de marktconsultatie via TenderNed gepubliceerd en daarmee geïnteresseerde partijen de mogelijkheid gegeven deel te nemen. Het antwoord kan momenteel niet gegeven worden gezien het feit dat we nog in de Nota van Inlichtingen ronde bevinden.
66		2.3	Naast AI voor personalisatie en search, welke andere AI componenten staan op de HR roadmap?	De roadmap hiervoor wordt op dit moment uitgewerkt.
67		2.3	Gaat de marktconsultatie over het CMS van zowel de externe website als het intranet?	De consultatie gaat over het DXP landschap, waar het CMS onderdeel van uit maakt. Dit CMS component wordt momenteel gebruikt voor verschillende webtoepassingen, waaronder de externe site als het intranet.
68		2.3	In het gebruik van een PIM, de studies zijn de producten die dynamisch worden weergegeven in de front-end? Waarom wordt deze route geopperd i.p.v. dit direct in het CMS te doen?	Omdat assortimentsinformatie in meerdere kanalen en systemen gebruikt wordt en het wenselijk is om dit onafhankelijk van het CMS in te richten. We zijn hierbij ook op zoek naar best practices en input vanuit de markt.

VRAGENLIJST

69		2.3	Wat wordt er bedoeld met gebrek aan functionaliteit voor integratie van producten en diensten? Hoe ziet de ideale situatie eruit en waarom lukt dit op dit moment niet?	In het huidige DXP ontbreken integraties met primaire systemen waar nu gegevens over opleidingen zijn opgeslagen. Primaire systeem onbreekt de mogelijkheid om alle noodzakelijk informatie op te slaan. Dit gebeurt nu in het CMS. Mogelijk is een PIM een oplossing voor deze situatie. Het is geen functionele tekortkoming van het huidige CMS.
70		2.3	We zien de doorontwikkeling van de Studentapp, sociale media en mogelijke toekomstige kanalen buiten scope op dit moment, maar verderop als een criteria. Kun je uitleggen wat jullie roadmap hier is en op welke termijn deze aan bod zullen komen?	DXP moet alle kanalen kunnen ondersteunen. We vragen de markt om ons daarin te ondersteunen.
71		2.3	Gezien andere kanalen later aan bod gaan komen, is er een visie voor een headless set-up?	Is een overweging. Horen graag van de markt voor en tegens van deze setup.