

Vraagspecificatie Mediadienstverlening

Van:	ProRail
Auteur:	Communicatie en Externe betrekkingen
Versie:	0.9
Datum:	28-05-2025
Status:	Concept

Inhoud

Inleiding.....	3
Doel Vraagspecificatie	3
Leeswijzer	3
1. ProRail - onze organisatie	4
1.1 Wat wij doen	4
1.2 Onze missie	4
1.3 Onze visie	4
1.4 Onze strategie	4
1.5 Onze ambitie.....	4
1.6 ProRail als werkgever.....	5
1.7 ProRail als spoorpartner	5
1.8 Stakeholders	5
2. Communicatie & Externe betrekkingen – ons cluster	6
2.1 C&EB draagt bij aan doelstellingen van ProRail	6
2.2 Aanleiding aanbesteding mediadienstverlening	6
2.3 Kern van onze vraag.....	7
3. Behoeftediensverlening	8
3.1 Scope van de dienstverlening	8
3.2 Aard en omvang van de opdracht	8
3.3 Buiten scope	8
4. Samenwerking.....	9
4.1 Samenwerking in de implementatiefase	9
4.2 Samenwerking in de uitvoeringsfase.....	9
5. Contractmanagement.....	11
5.1 Contractmanagement	11
5.2 Taken, rollen en verantwoordelijkheden	11
6. Programma van Eisen	12

Inleiding

Doel Vraagspecificatie

Deze Vraagspecificatie, inclusief Programma van Eisen (PvE) beschrijft de behoefte en eisen van ProRail – Communicatie en Externe betrekkingen (hierna C&EB) ten aanzien van een Opdrachtnemer die mediadienstverlening uitvoert.

Leeswijzer

De Vraagspecificatie start met een omschrijving van de ProRail organisatie in hoofdstuk 2, waarna in hoofdstuk 3 de afdeling C&EB wordt toegelicht. In hoofdstuk 4 beschrijven we onze behoefte (scope) en ambitie. In hoofdstuk 5 bespreken we onze samenwerking, gevolgd door contractmanagement in hoofdstuk 6. Hoofdstuk 7 bevat de gebundelde eisen die voortvloeien uit de voorgaande hoofdstukken.

1. ProRail - onze organisatie

1.1 Wat wij doen

Wij zorgen voor de aanleg, het onderhoud en het beheer van het Nederlandse spoorwegnet. Als onafhankelijke partij verdelen we de ruimte op het spoor, regelen we al het treinverkeer, bouwen en beheren we stations en leggen we nieuwe sporen aan. We onderhouden bestaande sporen, wissels, seinen en overwegen. ProRail is ook netbeheerder en in die hoedanigheid verantwoordelijk voor het transport van elektriciteit over het net.

1.2 Onze missie

Wij verbinden mensen, steden en bedrijven per spoor, nu en in de toekomst. Wij maken aangenaam reizen en duurzaam vervoer mogelijk en zorgen dat het op en om het spoor veilig is.

Onze missie is waar we voor staan. Met 5500 ProRailers en onze spoorpartners werken we elke dag aan het onderhoud en de uitbreiding van het spoor. We verdelen capaciteit eerlijk tussen vervoerders en leiden het treinverkeer veilig en betrouwbaar over het spoor.

1.3 Onze visie

Treinverkeer is onmisbaar voor de bereikbaarheid van (nieuwe) woongebieden en het behalen van de klimaatdoelstellingen. Samen met onze partners geven we invulling aan de groeiende behoefte aan duurzame mobiliteit in Nederland.

Onze visie is waar we voor gaan. Nederland groeit en dat betekent meer mensen en goederen op ons spoor. Treinverkeer is onmisbaar voor de bereikbaarheid en het behalen van onze klimaatdoelstellingen. Naast de dagelijkse uitvoering van onze kerntaken, werken we daarom ook aan de toekomst van het Nederlandse spoor.

1.4 Onze strategie

Wij hebben de opgave om onze samenleving en economie op een schone en duurzame manier in beweging te houden, nieuwe woningen en wijken in heel Nederland bereikbaar te maken en innovatie te stimuleren met technologische en digitale vernieuwing van het spoor.

Dat doen we door oplossingen te realiseren voor de groeiende vraag naar personen- en goederenvervoer per spoor. Uit onze studies en analyses blijkt dat de vervoersvraag de komende jaren – na de dip vanwege corona – snel zal terugkomen op het oorspronkelijke (hoge) groeipad van voor de coronatijd. Naar verwachting zal in 2030 de totale vraag naar reizigersvervoer met 30% en naar goederenvervoer met 50% zijn toegenomen. Door het vervoer van meer reizigers en goederen over het spoor te faciliteren, geven we met ons spoornetwerk duurzame invulling aan de Nederlandse mobiliteitsvraag.

1.5 Onze ambitie

- Verbindt: we vergroten de capaciteit op het spoor, inclusief stations en emplacementen.
- Verbetert: we zorgen voor veilig en betrouwbaar spoor, tot tevredenheid van reizigers, verladers en omgeving.
- Verduurzaamt: we maken spoormobiliteit zo duurzaam mogelijk en verkleinen onze ecologische voetafdruk.
- Bevlogen ProRailers: we willen een aantrekkelijke organisatie zijn om te werken.
- Betaalbaar spoor: we geven het belastinggeld dat wij ontvangen doelmatig uit.

We hebben onze ambitie specifiek en meetbaar gemaakt. Bij het maken van keuzes nemen we altijd alle vijf onderdelen mee in de afweging.

1.6 ProRail als werkgever

Samen met haar medewerkers doet ProRail er alles aan om in Nederland in beweging te houden. Dit doen we in een duurzame werkomgeving, die stimuleert, inspireert en uitdaagt. Een baan is immers zoveel meer dan werk en salaris. Medewerkers van ProRail leveren een bijdrage aan de samenleving. Of je nu het treinverkeer in goede banen leidt, IT-oplossingen ontwikkelt of communicatieadvies geeft. De prestaties van de organisatie vallen of staan met het vakmanschap en het werkplezier van haar medewerkers. ProRail is een ontwikkelgerichte werkgever met klantgerichte professionals. Daarbij staan opleidingen en persoonlijke ontwikkeling, doorstroming naar andere functies en leiderschapsontwikkeling centraal. Er is sprake van een goede werk-privé balans. Het is bijzonder om te werken bij de grootste opdrachtgever, de grootste grootgrondbezitter en de grootste (duurzame) energieafnemer van Nederland. Bijdragen aan duurzaamheid en het verbinden van mensen met werk, natuur, cultuur en de stad spelen een rol: de impact van wat je doet is groot; heel Nederland geniet daarvan. Voor meer informatie over ProRail als werkgever, zie werkenbijprorail.nl.

1.7 ProRail als spoorpartner

Het spoor vernieuwen doen we niet alleen. Onze spoorpartners zijn onder meer spooraannekers, ingenieursbureaus, werkplekbeveiligingsbedrijven, kabelaannekers en boorbedrijven. Met deze partners hebben we diverse samenwerkingsvormen. We maken prestatieafspraken, bijvoorbeeld over onderhoud en veiligheid. In de bouw kiezen we voor samenwerking. We sluiten allianties om kosten te besparen en risico's te delen. Op andere gebieden kiezen we voor stimulerende maatregelen, zoals de CO2-Prestatieladder. Daarnaast werken we veel samen met Rijkswaterstaat, provincies en lokale overheden aan gezamenlijke projecten.

1.8 Stakeholders

De stakeholders van ProRail zijn zeer divers:

- Vervoerders en verladers
- Omwonenden, die (mogelijk) hinder kunnen ondervinden van werkzaamheden en omwonenden van het spoor in het algemeen (er ligt in Nederland maar liefst 7.000 km spoor!)
- (Mogelijke) reizigers en de gebruikers van het station
- Interne organisatie
- Spoorpartners, zoals aannekers en vervoerders
- Algemeen publiek, de Nederlandse samenleving
- Belangengroepen en reizigersorganisaties
- Overheden
- Politiek: landelijk, regionaal en lokaal
- (Grote) Bedrijven, organisaties en gemeentes, die (mogelijk) hinder kunnen ondervinden door werkzaamheden
- Innovatiepartners
- Media
- Huidige en potentiële medewerkers

Voor meer informatie zie: [Onze stakeholders | ProRail 2024](#)

2. Communicatie & Externe betrekkingen – ons cluster

2.1 C&EB draagt bij aan doelstellingen van ProRail

Het cluster Communicatie & Externe Betrekkingen (C&EB) bewaakt en versterkt de positionering van ProRail buiten als de verbindende schakel in de wereld van duurzame mobiliteit. C&EB voert de strategie uit voor ProRail als geheel, als organisatie, en niet alleen voor de afdeling C&EB. Gedeelde ambities, zoals duurzaamheid, diversiteit en inclusiviteit – krijgen daardoor structureel een plek in interne en externe communicatie.

Doelstellingen en behoefte C&EB

Met de in te kopen mediadienstverlening wil C&EB de volgende doelstellingen bereiken:

Bijdragen aan de ProRail-koers, door o.a.:

- Het verhogen van de tevredenheid bij de stakeholders
- Behoud reputatie
- Bekendmaken en versterken corporate imago
- Het behalen van de doelstellingen voor campagnes

Deze doelstellingen volgen uit de behoefte vanuit C&EB die te verdelen is in grofweg drie onderdelen:

(Publieks)campagnes, landelijk en regionaal

Om reizigers beter te informeren over werkzaamheden wil ProRail communiceren via landelijke en regionale campagnes. Hiervoor wordt een overkoepelend campagneconcept ontwikkeld wat vervolgens doorvertaald wordt naar de verschillende (deel)campagnes. Dit gebeurt via verschillende middelen en (media)kanalen met als doel maatschappelijke impact te realiseren en/of publieke betrokkenheid te vergroten.

Bewustwordings- en/of gedragsveranderingscampagnes

ProRail is verantwoordelijk voor de veiligheid op en langs het spoor. Om deze veiligheid te verhogen worden, naast de reguliere communicatie-initiatieven hierover, bewustwordings- en gedragsveranderingscampagnes gevoerd onder verschillende doelgroepen. ProRail voert jaarlijks minimaal één veiligheidscampagne. Deze campagnes zijn erop gericht het gedrag op en rond het spoor te beïnvloeden, zoals overwegen, spoorlopers, ouderen- en jongerencampagnes. Ze dragen bij aan veiliger gedrag en minder ongevallen op en rond het spoor. De campagnes hebben eigen doelstellingen en doelgroepen. Ze dragen echter allemaal bij aan de reputatie van ProRail door in lijn te zijn met alle overige communicatie-initiatieven die gericht zijn op veiligheid.

Thema's & stakeholders

Onze stakeholders zijn de reizigers, verladers, omgeving en (potentiële) medewerkers. Onder omgeving verstaan we omwonenden, maatschappelijke (belangen)organisaties, overheden en media. We hebben alle stakeholders nodig om de ambities van ProRail op het gebied van duurzame mobiliteit waar te maken. Aangezien onze communicatie bijdraagt aan ProRails gewenste positionering, is het belangrijk om dit effectiever te doen. ProRail heeft geen marketingafdeling, dus om impact te maken en onze doelstellingen te realiseren op het gebied van media-advies en -inkoop, werken we hiervoor graag samen met de mediapartner.

2.2 Aanleiding aanbesteding mediadienstverlening

Er is budget vrijgemaakt om invulling te geven aan de informatiebehoefte van reizigers en omwonenden over werkzaamheden.

Het doel van deze aanbestedingsprocedure is om één leverancier te contracteren voor mediadienstverlening ten behoeve van campagnes. Daarnaast wordt in het andere perceel van deze aanbesteding het ontwikkelen, uitwerken en uitvoeren van de campagnes (perceel 1) uitgevraagd, om bovenstaande doelstelling te kunnen realiseren.

Samen met de te contracteren leverancier(s) is ProRail in staat om enerzijds draagvlak en begrip te creëren voor werkzaamheden op en rond het spoor. Daarbij hebben we ook als doel het imago van ProRail te bewaken en te verbeteren door meer zichtbaar te maken wat ProRail, samen met haar stakeholders, op en rond het spoor doet aan werkzaamheden en waarom.

2.3 Kern van onze vraag

De kern van de vraag is het contracteren van een leverancier voor mediadienstverlening voor de duur van drie jaar met vijf verlengingsopties van één jaar.

3. Behoeftediensverlening

3.1 Scope van de dienstverlening

De dienstverlening bestaat uit:

1. **Mediastrategie en media-advies:** het opstellen van een strategie/advies over het optimaal inzetten van media om bepaalde doelgroepen en doelstellingen te bereiken, opstellen van KPI's die aansluiten bij de mediadoelstellingen. Zowel per campagne als overkoepelend.
2. **Mediaplanning:** voorziet in de planmatige uitwerking van de strategie waarbij aan elk voorgesteld mediumtype een keuze wordt gekoppeld op titelniveau of zenderniveau, doelgroepgrootte per medium worden bepaald, prognoses in relatie tot kosten worden gemaakt en timings worden aangegeven.
3. **Media-uitvoering:** uitvoering van het opgestelde mediaplan waaronder materiaalbon, inkoop, inrichting, optimalisatie en tussentijdse rapportage.
4. **Media-administratie:** alle administratieve werkzaamheden die nodig zijn vanaf het opstellen van de procuratie tot en met de betaling van de factuur.
5. **Media-evaluatie:** evalueren en rapporteren van een campagne alsook het duiden van de resultaten.

Als ProRail media wil inzetten, dient de opdrachtnemer dit van A tot Z te faciliteren. Tevens vragen we aan de voorkant te adviseren hoe media zo effectief mogelijk ingezet kan worden. Zoals wat de beste mogelijkheden zijn om onze doelgroepen te bereiken en onze doelstellingen te behalen. Gebruik maken van de nieuwste ontwikkelingen en technologieën op mediagebied en gedegen kennis van de markt zijn hierbij voor beide percelen een absolute voorwaarde. ProRail werkt graag met bureaus samen voor paid media, waarbij naast de expertises ook flexibiliteit belangrijk is. Tevens gaat ProRail uit van een goede samenwerking en kruisbestuiving tussen opdrachtnemer en andere gecontracteerde leveranciers.

3.2 Aard en omvang van de opdracht

Het gaat om ongeveer 5 à 10 opdrachten per jaar waaronder een doorlopende social en online content-aanpak. De beschreven cases in de gunningsfase geven inzicht in de typen opdrachten en de grootte ervan. De verwachting is dat we eind 2025 starten met de ontwikkeling van een meerjaren-campagne-strategie en daaruitvolgend een parapluconcept, daaruit vloeien hoogstwaarschijnlijk 1 à 2 landelijke campagnes en 1 à 2 regionale campagnes in 2026 voort met bijbehorende media-inzet. Daarnaast is de verwachting dat er sprake is van 1 veiligheidsbewustwordingscampagne met bijbehorende media-inzet in 2026.

Aan deze inschatting kunnen geen rechten ontleend worden. De dienstverlening kan gedurende de looptijd van het contract worden aangepast en aangevuld door voortschrijdend inzicht.

3.3 Buiten scope

Media-dienstverlening ten behoeve van recruitment en arbeidscommunicatie (zoals employer branding, job branding, job marketing/recruitment marketing campagnes, (directe) wervingscampagnes en overige AMC gerelateerde content) omdat hier een andere leverancier voor gecontracteerd is.

4. Samenwerking

In de samenwerking maken we onderscheid in twee fases

1. Implementatiefase
2. Uitvoeringsfase

4.1 Samenwerking in de implementatiefase

De implementatie van het contract start direct na de definitieve gunning met het implementeren van de gecontracteerde dienstverlening en loopt tot maximaal 2 maanden na de ingang van de contractdatum. De basis voor een optimale samenwerking tussen de leverancier mediadienstverlening en C&EB ProRail wordt vormgegeven in de implementatiefase. ProRail hecht veel waarde aan de tijdige en complete afronding van de implementatie binnen de gestelde termijn. Het doel van de implementatiefase is: de uitvoering van de overeenkomst is succesvol gestart. Tevens zijn de rollen en processen optimaal ingericht.

Implementatiefase

In maand één gaan opdrachtnemer en opdrachtgever met elkaar in gesprek waarin de invulling van de volgende punten wordt besproken en vastgelegd door opdrachtnemer:

- Specificering werkwijze/ SLA (indien nodig) inclusief briefingsformat en format eindevaluatie
- Opdrachtnemer toegang geven tot alle ProRail advertentie, management en analysekanalen Rapportage KPI's

Implementatieteam

Om de implementatie uit te voeren, te coördineren en te bewaken wordt er een implementatieteam samengesteld, waarin zowel de Opdrachtnemer als ProRail deelneemt met medewerkers met het juiste mandaat met als doel een succesvolle implementatie binnen de gestelde termijn realiseren.

4.2 Samenwerking in de uitvoeringsfase

Werkwijze mediadienstverlening

Voor mediadienstverlening bij publieks-, bewustwordings- en/of gedragscampagnes, houden wij onderstaande werkwijze aan. Voor kleinere corporate communicatie/social media/content opdrachten stellen we de werkwijze per project vast in de briefing/debrief of in mondeling overleg.

- Opdrachtgever zorgt ervoor dat opdrachtnemer tijdig wordt betrokken bij de ontwikkeling van een creatief campagne concept, met als doel de best mogelijke mediastrategie, - plan. Het moment waarop (bv bij kitchenreview of conceptpresentatie) bepalen we met elkaar tijdens de implementatiefase.
- Bij ieder nieuw te ontwikkelen (deel)project stelt opdrachtgever direct na bepalen van het creatieve concept een mediabriefing op, waarbij aangegeven wordt welk type opdracht het betreft. In de implementatiefase stemmen we het format met elkaar af, maar dit format kent een aantal vaste elementen: zoals projectomschrijving, doelstellingen, doelgroepen, randvoorwaarden, gewenste planning en budget. Deze informatie versturen we naar de Opdrachtnemer.
- Op basis van de briefing en bespreking levert Opdrachtnemer binnen 3 werkdagen de debrief op, inclusief een indicatieve planning. De debrief wordt desgewenst met Opdrachtgever doorgesproken, binnen 2 dagen na oplevering.
- Opdrachtgever geeft binnen 3 werkdagen na oplevering en/of bespreken van de debrief, per e-mail akkoord op de debrief.
- Opdrachtnemer stelt binnen 2 werkdagen een offerte op voor (een deel van) de deelopdracht, waarmee ProRail direct een inkooporder aanmaakt in het bestelsysteem van ProRail. Gemiddeld duurt het verstrekken van een PO nummer 5 werkdagen.
- Opdrachtnemer levert V1 mediastrategie en of - advies binnen 7 werkdagen na ontvangen PO op.
- De strategie of -advies wordt binnen 2 dagen na oplevering met opdrachtgever besproken.
- V2 van de mediastrategie, of het -advies wordt binnen 3 werkdagen opgeleverd. Binnen 2 werkdagen geeft opdrachtgever akkoord.
- Binnen 5 werkdagen na akkoord op mediastrategie- of het -advies en minimaal een week voordat creatief bureau start met ontwikkeling middelen levert opdrachtnemer het finale mediaplan inclusief materiaalbon en richtlijnen voor copy op.
- De materiaalbon wordt desgewenst binnen 2 werkdagen met opdrachtgever besproken. Eventuele feedback wordt binnen 2 werkdagen verwerkt.

- Opdrachtgever/creatief bureau levert uiterlijk 5 werkdagen voor livegang van de campagne alle finale assets op.
- Opdrachtnemer ziet toe op het tijdig en juist aanleveren van de assets.
- 2 dagen voor livegang levert opdrachtnemer permalinks aan bij opdrachtgever ter controle of na livegang d.m.v. screenshots bewijsvoering van livegang van overige ingezette media waar geen permalink mogelijk is.
- Aan het einde van iedere opdracht vindt een evaluatie plaats. Naar behoefte kan ook een tussentijdse evaluatie plaatsvinden.

Overige werkzaamheden:

- Opdrachtnemer stelt meetplan, - en optimalisatieplan op indien Opdrachtgever dit wenst.
- Opdrachtnemer stelt searchplan op indien van toepassing.
- Opdrachtnemer verzorgt bij geautomatiseerde inkoop campagne-opzet en bidstrategie.
- Opdrachtnemer reserveert tijdig de gewenste ruimte bij exploitanten.
- Opdrachtnemer zorgt voor de juiste tagging en utm codes, o.b.v. van een vooraf afgesproken structuur.

Overlegstructuur in de uitvoeringsfase

Jaarlijks vinden er meerdere overleg- en evaluatiemomenten tussen opdrachtnemer en opdrachtgever plaats.

Wij hebben -naast de implementatiefase- de overleggen onderverdeeld in 3 categorieën om de mediadienstverlening ten aanzien van campagnes soepel te laten verlopen, zie de matrix hieronder.

Omschrijving	Wie	Borging door	Frequentie
Operationeel/Campagne-evaluatie	Campagnemanager ProRail Vaste contactpersoon Opdrachtnemer	Verslaglegging naar behoefte	Wanneer ProRail/opdrachtnemer dit nodig acht
Tactisch/statusoverleg	Campagnemanager en contractmanager ProRail Accountmanager/director Opdrachtnemer	Verslag Opdrachtnemer en overzicht lopende opdrachten	Maandelijks of zoveel vaker of minder vaak als nodig
Strategisch/Contractevaluatie	Contractmanager ProRail Management C&EB ProRail Campagnemanager ProRail Accountmanager/director Opdrachtnemer Management Opdrachtnemer	Verslag Opdrachtnemer	Jaarlijks

Operationeel / Campagne-evaluatie

Per campagne bespreken we tijdens de briefingsfase hoe we de campagne-evaluatie inrichten. ProRail doet hiervoor in de briefing al een voorstel. Campagne-evaluatie bestaat uit een eindevaluatie en eventueel 1 of meerdere tussenevaluaties (afhankelijk van de duur en de grootte van de campagne). Aan de hand van periodiek campagne-effectonderzoek, online monitoring en realisatiecijfers worden campagnes (en andere projecten) geëvalueerd, waarbij de behaalde resultaten naast de doelstellingen worden gelegd.

Tactisch/ Statusoverleg

Periodiek (bv maandelijks) vindt er een overleg plaats tussen Opdrachtgever en Opdrachtnemer waarin de lopende projecten worden besproken; de samenwerking, uitblinkers, knelpunten en de financiële verantwoording van deze projecten in een rapportage door de Opdrachtnemer aan te leveren. Indien gewenst kan ProRail ook eventuele onderaannemers en/of samenwerkende leveranciers (bijvoorbeeld mediabureau of productiemaatschappij) hierbij aanhaken. Frequentie wordt afgestemd in de SLA.

Strategisch/ Contractevaluatie

Minimaal eenmaal per jaar evalueren we de overeenkomst. Hierbij komen inhoudelijk in ieder geval de volgende algemene zaken aan de orde:

- Communicatie/houding/mentaliteit
- Afstemming/coördinatie/planning
- Contractueel/afspraken nakomen
- Kwantitatieve aspect uitvoering dienstverlening (zoals het behalen van de KPI's en de planning).

- Kwaliteit uitvoering dienstverlening (waaronder professionaliteit en deskundigheid)
- Resultaten van uitgevoerde projecten en campagnes
- Financieel/administratief
- Punten vanuit Opdrachtnemer
- Overige zaken: Op basis van de evaluatie kan het zijn dat zaken aangepast dienen te worden of te worden verbeterd. In het laatste geval kan een verbeterplan of plan van aanpak worden gevraagd door Opdrachtgever. Opdrachtnemer dient aan dergelijke verzoeken invulling te geven.

Verslaglegging en rapportage

Verslaglegging

De Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor verslaglegging van de overleggen. Deze verslagen worden binnen 2 werkdagen na het overleg door Opdrachtnemer aan Opdrachtgever verstrekt.

Rapportage

Ieder statusoverleg verstrekt opdrachtnemer een overzicht van lopende opdrachten, op te starten opdrachten en afgeronde opdrachten waarbij minimaal de volgende gegevens overzichtelijk worden weergegeven:

- o Projectomschrijving
- o Kosten (offerteprijs en eventuele afwijkingen)
- o Indien van toepassing: reden van afwijking.

De exacte inhoud van dit overzicht wordt in de implementatiefase vastgesteld.

5. Contractmanagement

5.1 Contractmanagement

Het contractmanagement wordt gevoerd aan de hand van de vast te stellen KPI's. Deze KPI's gaan over:

- o de werkwijze,
- o samenwerking en
- o kwalitatieve output/evaluatie van media-inzet van de campagne.

Deze zullen na gunning verder ingevuld worden. Deze KPI's worden minimaal jaarlijks tijdens de contractevaluatie besproken (zie paragraaf 4.3).

5.2 Taken, rollen en verantwoordelijkheden

Rol	Verantwoordelijkheden
C&EB-management	Eindverantwoordelijk voor de te leveren diensten en producten.
Campagnemanager	Campagnemanager is verantwoordelijk voor de inhoud en daarmee inhoudelijk aanspreekpunt voor opdrachtnemer.
Contractmanager	Contractmanager is verantwoordelijk voor het proces van contract- en leveranciersmanagement, het managen van contracten en KPI's overkoepelend. De contractmanager is op de hoogte van trends en ontwikkelingen bij de klant en de markt.

6. Programma van Eisen

Eisen aan de dienstverlening

Algemeen	De Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor alle gecontracteerde werkzaamheden die door hemzelf en/of eventuele onderaannemers en/of combinanten verricht worden.
	Opdrachtnemer committeert zich aan de gestelde eisen, voorwaarden, werkwijzen en verwachtingen genoemd in de aanbestedingsdocumenten.
	De Opdrachtnemer voldoet gedurende de gehele contractperiode, voor alle te leveren diensten en producten, aan de geldende wet- en regelgeving. Ook daar waar het haar eventuele onderaannemers en combinanten betreft. Te denken valt aan: de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, de richtlijnen van de International Labour Organization (ILO) gerespecteerd, de Europese richtlijnen ten aanzien van het gebruik van chemische stoffen, beschreven in de Verordening (EG) nr. 1907/2006 in acht te nemen.
	Opdrachtnemer garandeert de continuïteit en uitvoering van de opdrachten binnen de opgegeven tijd en het opgegeven budget conform de gemaakte afspraken. Opdrachtnemer verplicht zich ertoe opdrachtnemer onverwijld op de hoogte te stellen indien blijkt dat één of meerdere fatale termijnen niet zullen worden gehaald en om te overleggen om tot een oplossing te komen.
	Opdrachtnemer heeft één vast contactpersoon (inhoudelijk) beschikbaar voor Opdrachtgever met voldoende generieke mediakennis en is bereikbaar tijdens kantooruren. Deze vaste contactpersoon zorgt voor interne afstemming bij Opdrachtnemer. Bij verlof/ziekte zorgt opdrachtnemer voor vervanging en stemt dit tijdig af met Opdrachtgever. Deze contactpersoon is ook aanwezig bij de presentatie in de gunningsfase.
	In geval van een spoedgeval (mediacampagne moet per direct worden stilgelegd, bijvoorbeeld bij grote calamiteiten op en rond het spoor als storm, ongeval) is Opdrachtnemer 24/7 bereikbaar. Dit is de afgelopen 5 jaar 3 keer voorgekomen.
	De voertaal in woord en geschrift is Nederlands.
Contractmanagement	Opdrachtnemer zet per opdracht medewerkers in die qua ervaring in staat zijn de werkzaamheden zelfstandig en efficiënt uit te voeren. Daarnaast worden niet meer senioren medewerkers of meer medewerkers in aantal ingezet dan nodig. Bijvoorbeeld mediastrategie vraagt om de inzet van een senior (>5 jaar ervaring), uitvoerend werk kan gedaan worden door junior (>1 jaar ervaring).
	Opdrachtnemer conformeert zich aan hoofdstuk 4. Samenwerking waarbij Opdrachtnemer aanwezig en actief is in de beschreven overleggen, overzichten oplevert, werkt volgens de beschreven implementatie en werkwijze.
	De in hoofdstuk 4 en 5 beschreven SLA en KPI's worden in de implementatiefase verder uitgewerkt. Daarna committeert de opdrachtnemer zich aan de SLA en bijbehorende KPI's. Daarbij zijn de timings en aanlevertijden zoals in hoofdstuk 4 genoemd leidend.
	Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor de implementatie in de eerste twee maanden waarvoor maximaal 4.000 euro gefactureerd mag worden.
	Voor iedere deelopdracht formuleert Opdrachtgever in het briefingsdocument doelstellingen en/of KPI's die relevant zijn voor de deelopdracht. Deze doelstellingen/ KPI's worden besproken tijdens de debrief, waarbij Opdrachtgever openstaat voor feedback vanuit Opdrachtnemer. Na definitieve vaststelling committeert Opdrachtnemer zich aan deze KPI's.
	Opdrachtnemer kan pas starten met uitvoering van de opdracht na ontvangst Purchase Order-nummer.
	Opdrachtgever kan van de Opdrachtnemer een plan van aanpak (verbeterplan) verlangen indien de evaluatie van de KPI's hiertoe aanleiding geven. Dit is verder uitgewerkt in artikel 8.3 van de Raamovereenkomst.
	Minimaal jaarlijks vindt een contractevaluatie plaats over de gang van zaken.

Mediastrategie	In mediastrategie wordt gebruik gemaakt van marktdata zoals CBS en SCP-data, relevante doelgroep inzichten en benchmarks en learnings van eigen klanten.
	Opdrachtnemer is in staat de essentie uit briefings te halen en deze te vertalen naar effectieve mediastrategieën.
	Mediastrategie houdt rekening met de laatste ontwikkelingen in het medialandschap en de learnings van soortgelijke werkzaamheden gevoerd voor ProRail (of andere opdrachtgevers).
Mediastrategie / media-advies	Media-advies geeft aan in welke mate het budget toereikend is voor de te realiseren doelstellingen of geeft aan welk budget en aantal uren noodzakelijk is voor optimale inzet.
	Media-advies houdt rekening met de laatste ontwikkelingen in het medialandschap en de learnings van soortgelijke werkzaamheden gevoerd voor ProRail (of andere opdrachtgevers) en is gebaseerd op het door Opdrachtgever aangeleverde concept, communicatiemiddelen, contentinzet.
	Media-advies getuigt van gedegen kennis van de verschillende doelgroepen en de voor doelgroep relevante media-consumptie.
	Media-advies bevat een onderbouwd scenario na afweging van verschillende scenario's en gaat in op: mediadoelstellingen, doelgroepen, customer journey incl. de bijbehorende touchpoints, bereik, timing, duur/periode, haalbaarheid, begroting en een concreet inzetplan per mediumtype incl. optimalisatie-aanpak (frequentie en KPI's) en de rapportagefrequentie en timings.
	Media-advies voorziet in een controle op de bijdrage van de verschillende in te zetten middelen aan de campagnedoelstellingen en de bijdrage aan de mediastrategie.
	Media-advies bevat een projectplanning inclusief tussentijdse rapportages en evaluatiemomenten. In de planning worden minimaal taken (SMART omschreven), verantwoordelijkheden, (streefdata) en deadlines beschreven om ervoor te zorgen dat het mediaplan uitgevoerd kan worden.
	Het mediaplan voorziet in de planmatige uitwerking van de strategie waarbij: <ul style="list-style-type: none"> • aan elk voorgesteld mediumtype een keuze wordt gekoppeld op titelniveau of zenderniveau, • doelgroepgrootte en KPI's per medium worden bepaald, • prognoses in relatie tot kosten worden gemaakt.
Media inkoop en -executie	Het mediabureau voert opgesteld mediaplan accuraat, transparant, foutloos, op tijd, conform afgesproken activiteiten en proactief uit.
	Het mediabureau is verantwoordelijk voor materiaalbon, meetplan, inkoop en facturatie + betaling van alle benodigde media, inrichting, optimalisatie, tussentijdse rapportage, juiste en tijdige aanlevering van middelen, trafficking, inrichting eigen media, juiste tagging.
	Het mediabureau voert alle administratieve werkzaamheden uit die nodig zijn vanaf het opstellen van de procuratie tot en met de betaling van de factuur aan derden t.b.v. ProRail.
	Opdrachtnemer beheert de financiën van advertising op o.a. social media en Google Ads als ProRail hier zelf de advertenties in wil aanmaken en beheren. De opdrachtnemer koppelt betaalmogelijkheden/kent budgetten toe, verzorgt de betaling aan de platforms en factureren dit op maandelijkse basis aan ProRail.
	Opdrachtnemer is in staat een diversiteit aan mediatypen in te kopen, waaronder (Digital) Out of Home en RTV.
Monitoring, rapportage, optimalisatie en evaluatie	Het behalen van de mediadoelstellingen wordt gedurende de campagneperiode en na afloop gemeten en gerapporteerd door het mediabureau.
	Mediabureau levert eindevaluatie op in een rapportage (vast format in overeenstemming met ProRail). Overall weergave prestatie versus prognose: heeft de campagne gepresteerd naar verwachtingen op alle fronten inclusief onderbouwing en budget-uitnutting.
	Optimalisaties worden na afstemming en binnen tijds kader en scope uitgevoerd, afsluitend met een evaluatie.
	Het mediabureau kan de resultaten van de media-inzet duiden en innovatieve learnings definiëren.
	Het mediabureau gebruikt in evaluatie indien beschikbaar externe benchmarks of benchmarks van eerdere vergelijkbare campagnes ProRail.

Samenwerking	Opdrachtnemer heeft up-to-date kennis van Opdrachtgever als organisatie en werkgever zodat passende en onderscheidende mediadienstverlening kan worden geboden die bijdraagt aan het behalen van de doelstellingen.
	Opdrachtnemer moet op de hoogte zijn van actuele berichtgeving van en/of over Opdrachtgever en flexibel zijn in het aanpassen of zelfs staken van opdrachten aan/door de veranderende context. Denk hierbij aan (ernstige) incidenten of storingen op en rond het spoor, stakingen of nieuws met grote impact.. Opdrachtnemer denkt en beweegt maximaal mee met situaties en omstandigheden die kunnen leiden tot aanpassingen in de mediacampagnes en contentinzet.
	Opdrachtnemer stelt zich in de samenwerking met Opdrachtgever open, servicegericht, proactief, coöperatief en flexibel op, kan werken volgens het vastgestelde proces waarbij afspraken worden nagekomen en biedt in alle fasen van het proces ruimte aan de Opdrachtgever voor overleg, meedenken en feedback. Opdrachtnemer is ook in staat om zich flexibel op te stellen bij onvoorziene omstandigheden en pieken in de werkbelasting op te vangen.
Samenwerking andere Opdrachtnemers	Van Opdrachtnemer wordt verwacht waar nodig nauw samen te werken met andere door Opdrachtgever gecontracteerde leveranciers om benodigde expertises te bundelen. Te denken valt aan het campagnebureau, alsook het gecontracteerde mediabureau voor AMC (nu Bluewave), PR-bureau en/of het bureau dat verantwoordelijk is voor campagne-effect-onderzoek. Hierbij verwacht Opdrachtgever dat een coöperatieve, flexibele insteek leidend is.
Prijs	Opdrachtnemer is gehouden om de in de uitvraag geoffreerde all-in tarieven te hanteren waarin alle bijkomende kosten (bijvoorbeeld managementrapportages, materiaal en apparatuur, overheadkosten) zijn verwerkt.

Bijlagen

Annex **X**: Inkoopvoorwaarden ProRail 2023
Deze worden in de gunningsfase verstrekt.

Annex **X**: Beleid beeld en geluid
Deze worden in de gunningsfase verstrekt.