



Verslag marktconsultatie

Behorende bij: Europese aanbesteding Dienstverleningsmonitor
Kenmerk: IUC24-742

Bijlagen die horen bij dit verslag over de marktconsultatie IUC24-742

Marktconsultatie uitvraag, d.d.

- Leidraad marktconsultatie
- Vragenlijst marktconsultatie

N.B. de bovenstaande bijlagen zijn te vinden op deze pagina

<https://www.tenderned.nl/aankondigingen/overzicht/372823>

Inhoud

1.	Inleiding.....	3
1.1	Aanleiding tot de marktconsultatie	3
1.2	Opzet en verloop van de marktconsultatie	3
2.	Onderwerpen marktconsultatie.....	4
2.1	Schriftelijke vragenlijst (informatieronde)	4
2.2	Verdiepende gesprekken (tweede informatieronde)	4
3.	Informatie en uitkomsten van de marktconsultatie.....	5
3.1	Eerste ronde marktconsultatie	5
3.1.1.	Algemene kenmerken van de organisatie.....	5
3.1.2.	De opzet van het onderzoek	5
3.1.3.	Vragen over impact in de organisatie	6
3.1.4.	Algemene vragen en ruimte voor advies	6
3.2	Tweede ronde marktconsultatie	6
3.2.1.	Dashboards:	7
3.2.2.	AI:	7
3.2.2.	Eigen panel:	7
3.2.2.	Iso-normen:	7

1. Inleiding

Dit document bevat het verslag van de marktconsultatie “Dienstverleningsmonitor” met kenmerk IUC24-742.

1.1 Aanleiding tot de marktconsultatie

Ter voorbereiding op de aanbesteding “Dienstverleningsmonitor” heeft de aanbestedende dienst een marktconsultatie op TenderNed gepubliceerd. De aanbestedende dienst had op korte termijn behoefte aan marktinformatie, zodat zij een passende invulling van de dienstverleningsmonitor van de Belastingdienst kunnen bepalen voor deze opdracht. Met de marktconsultatie wilde de aanbestedende dienst de mogelijkheden en standpunten van marktpartijen verkennen voordat de aanbestedende dienst overgaat tot het formele aanbestedingstraject.

De Belastingdienst heeft op dit moment geen overeenkomst en wil een nieuwe overeenkomst afsluiten waarbij de raming van de contractwaarde boven de Europese aanbestedingsdrempel uitstijgt. Middels deskresearch en gesprekken met andere aanbestedende diensten, hebben we nog geen passende organisaties gevonden, anders dan de huidige leverancier, die ons kan voorzien in onze behoefte.

Het hoofddoel van deze marktconsultatie was om te onderzoeken of er meerdere partijen in de markt zijn die de gewenste dienstverlening kunnen uitvoeren.

De aanbestedende dienst heeft ervoor gekozen om de marktconsultatie op TenderNed te plaatsen, zodat iedere marktpartij die geïnteresseerd is in de toekomstige opdracht kon reageren op de marktconsultatie. Hierdoor kon de aanbestedende dienst tevens een idee krijgen over de omvang van de markt.

1.2 Opzet en verloop van de marktconsultatie

Deze marktconsultatie bestond uit twee ronden, namelijk een schriftelijke ronde gevolgd door een optionele verdiepende mondelinge ronde met drie van de zeven marktpartijen die had gereageerd tijdens de eerste ronde.

De marktconsultatie vond digitaal (schriftelijk) plaats via TenderNed. De aanbestedende dienst publiceerde op 14 maart 2025 een marktconsultatie leidraad met bijlagen, deze documenten zijn te vinden op deze pagina <https://www.tenderned.nl/aankondigingen/overzicht/372823> van TenderNed. Geïnteresseerde marktpartijen hadden tot en met 28 maart 2025 de tijd om vragen te stellen. Er zijn op dat moment 23 vragen gesteld door de marktpartijen.

Marktpartijen hadden tot en met 22 april 2025 (12:00, Nederlandse tijd) de gelegenheid om de vragenlijst marktconsultatie in te dienen en deel te nemen aan de marktconsultatie. In totaal hebben viertien (14) marktpartijen zich als “betrokken onderneming” aangemeld, zeven (7) daarvan hebben ook daadwerkelijk een schriftelijke vragenlijst ingediend via TenderNed.

Naar aanleiding van de schriftelijke reacties, en de beoordeling hiervan, heeft de aanbestedende dienst drie (3) organisaties uitgenodigd voor een toelichtend gesprek ter verdieping van de verstrekte informatie. Alle drie de marktpartijen gingen in op de uitnodiging voor een verdiepend gesprek. In totaal hebben er drie (3) verdiepende gesprekken plaatsgevonden aan de hand van de onderwerpen en vragen. Alle drie de marktpartijen kregen voorafgaand aan het gesprek de onderwerpen en vragen vóór het gesprek toegestuurd. De verdiepende gesprekken vonden plaats in de week van 19 t/m 23 mei 2025 via Webex. Alle drie de gesprekken duurde maximaal één (1) uur.

Er is een verslag gemaakt van de schriftelijke en mondelinge marktconsultatie om transparantie en een gelijk speelveld te waarborgen, zie hoofdstuk 3. Meer informatie over de aanleiding, doel en doelgroep van de marktconsultatie en de gevolgde procedure voor de marktconsultatie kunt u teruglezen in de Leidraad.

2. Onderwerpen marktconsultatie

Met de marktconsultatie heeft de aanbestedende dienst de mogelijkheden en standpunten van marktpartijen verkend, voordat over is gegaan tot het formele aanbestedingstraject. Van de marktpartijen die hebben deelgenomen aan de marktconsultatie werd gevraagd om input te leveren op onderstaande onderwerpen. Per onderwerp zijn diverse vragen geformuleerd voor de marktconsultatie uitvraag.

2.1 Schriftelijke vragenlijst (informatieronde)

Tijdens de eerste informatieronde zijn de marktpartijen gevraagd een vragenlijst in te vullen (document: Format Vragenlijst marktconsultatie welke te vinden is op TenderNed <https://www.tenderned.nl/aankondigingen/overzicht/372823>).

In de vragenlijst zijn de volgende onderwerpen aan bod gekomen:

- De opzet van het onderzoek;
- Vragen over impact in de organisatie;
- Algemene vragen en ruimte voor advies.

2.2 Verdiepende gesprekken (tweede informatieronde)

Tijdens de tweede informatieronde zijn drie van de zeven marktpartijen uitgenodigd voor een toelichtend / verdiepend gesprek. De reden hiervoor was dat de aanbestedende dienst graag nog wat dieper in wilde gaan op de kennis en ervaring van deze marktpartijen op bepaalde onderwerpen.

Tijdens de verdiepende gesprekken zijn de volgende onderwerpen aan bod gekomen:

- Dashboard;
- AI;
- Eigen panels;
- ISO-normen.

In hoofdstuk 3 van dit document zijn de uitkomsten van de marktconsultatie per onderwerp uitgewerkt.

3. Informatie en uitkomsten van de marktconsultatie

In dit hoofdstuk staat de informatie die door de aanbestedende dienst tijdens de marktconsultatie is verstrekt. Daarnaast zijn de uitkomsten in dit hoofdstuk samengevat op hoofdlijnen.

De input die is verzameld uit de marktconsultatie kan invloed hebben op de keuzes die de aanbestedende dienst maakt op de voorgenomen aanbesteding. Verkregen inzichten uit de marktconsultatie gebruikt de aanbestedende dienst (waar relevant) in de voorbereiding van de aanbesteding en de aanbestedingsstukken. De aanbestedende dienst behoudt zich het recht voor om deze inzichten niet of niet volledig te gebruiken.

Dit verslag is geanonimiseerd en bevat een samenvatting van alle reacties op hoofdlijnen. Informatie die door opdrachtgever of de deelnemers van de marktconsultatie als commercieel vertrouwelijk is aangemerkt, is niet gepubliceerd.

3.1 Eerste ronde marktconsultatie

De volgende zeven marktpartijen hebben middels een ingevulde vragenlijst gereageerd op de marktconsultatie:

- Invior;
- Expoint B.V.;
- CHOICE insights;
- Miles Research;
- MWM2;
- DESAN Marktonderzoek B.V.;
- One2Ten Data Insight Solutions B.V.

Uit de beantwoording door de geïnteresseerde marktpartijen van de marktconsultatie op de onderstaande onderwerpen van de vragenlijst (ronde 1) zijn de volgende inzichten en uitkomsten gekomen:

3.1.1. Algemene kenmerken van de organisatie

Zeven marktpartijen hebben ingeschreven op de marktconsultatie, die ieder vanuit hun werkveld antwoorden hebben geformuleerd op de vragen. Deze organisaties zijn allen werkzaam in het gebied van kwantitatieve dataverzameling, dataverwerking en data-analyse.

3.1.2. De opzet van het onderzoek

Er zijn meerdere suggesties gedaan om het onderzoek slimmer en gebruiksvriendelijker in te richten, zonder concessies te doen aan de kwaliteit van de meting.

Een belangrijk uitgangspunt is het verkorten van de invultijd door slimmer gebruik te maken van bestaande data en door alleen relevante vragen te tonen via routing in de vragenlijst. Ook het op de juiste plek inzetten van open vragen en het kritisch herformuleren van complexe vragen draagt bij aan een efficiëntere vragenlijst die plezierig is om in te vullen.

Een ander vaker genoemd idee is vragen te verdelen over verschillende respondentgroepen. Dit maakt het mogelijk om de belasting per respondent te verlagen, terwijl de datakwaliteit gewaarborgd blijft. Ook op het gebied van rapportages zien marktpartijen opties. Zo kan ervoor gekozen worden per kwartaal te rapporteren op een specifiek thema of doelgroep, maar grote KPI's halfjaarlijks rapporteren.

Door diverse partijen wordt een dashboard als centrale rapportagevorm geopperd. Een dashboard biedt flexibiliteit en inzicht, eventueel aangevuld met een beknopte managementsamenvatting, zo is het idee.

Tot slot komt het advies om de vragenlijst modulair op te bouwen een aantal keer terug. Daarbij gaat men uit van een vaste kern en wisselende themablokken (roteren of randomiseren). Dit maakt het mogelijk om gericht te verdiepen op actuele onderwerpen, zonder de respondent te overvragen.

Het is van belang om vragenlijsten kort, relevant en toegankelijk te houden. Slimme technologie, zoals AI, kan bij vragenlijsten helpen door vragen te personaliseren. Maar ook wordt geopperd dat AI gebruikt kan worden bij het analyseren van open antwoorden

Voor actiegericht onderzoek worden verschillende opties genoemd. Dit betreffen dan opties in het onderzoek zelf of ideeën voor het verder activeren aan de hand van de resultaten van het onderzoek.

Andere opties betreffen het opstellen van een dashboard waartoe medewerkers toegang hebben om zo zelf bruikbare inzichten op te zoeken of data gepresenteerd kunnen worden met gebruikersgroep van de organisatie.

Door gebruik te maken van prioriteiten- en inspanningsmatrices kunnen organisaties gericht verbeteren: van quick wins tot structurele aanpassingen.

Tot slot is kunnen resultaten anders verspreid worden: via deep dive sessies, continue dialoog met de doelgroep (bijv. via panels), en actiegerichte rapportages per afdeling. Zo ontstaat een cyclisch proces van meten, begrijpen en verbeteren – met de burger centraal.

Voor wat betreft de steekproef is men het erover eens dat volstaan kan worden met een kleinere steekproef en wanneer het specifieke doelgroepen betreft kan gedacht worden aan rapporteren op jaarbasis. Andere terugkerende suggesties zijn het gebruik van eigen bestanden of een combinatie hiervan.

Over storytelling is de markt verdeeld. Er zijn voorwaarden aan verbonden die storytelling tot een succes kunnen maken. Het is vooral van belang stil te staan bij het doel van storytelling en wat ermee gedaan moet gaan worden in de organisatie.

AI wordt door alle partijen als een nuttige toevoeging gezien – van ondersteuning tijdens het onderzoek zelf of tijdens het analyseren van de resultaten en het analyseren en categoriseren van open antwoorden.

3.1.3. Vragen over impact in de organisatie

De markt oppert verschillende ideeën:

Themarapporten, dashboards, webinars, infographics, factsheets, rapporten op maat voor directies of specifieke doelgroepen. Ook regelmatige mails/rapportages binnen de organisatie naar verschillende gebruikersgroepen. Sessies met medewerkers van afdelingen opzetten: workshops, activatiesessies of samen werken aan het oplossen van een probleem in de dienstverlening.

3.1.4. Algemene vragen en ruimte voor advies

De meeste partijen zijn van plan in te schrijven op de opdracht, hoewel sommigen aangeven dat het ook ligt aan de scope van de opdracht en in welke mate zij de geschikte partij zijn om volledig invulling te kunnen geven aan die opdracht.

3.2 Tweede ronde marktconsultatie

Na het analyseren van de ontvangen ingevulde vragenlijsten bleek voor de aanbestedende dienst dat er drie partijen in aanmerking kwam voor een toelichtend / verdiepend gesprek. De aanbestedende dienst had met name interesse in de volgende onderwerpen:

- Dashboard;
- AI;
- Eigen panels;
- ISO-normen.

De volgende drie partijen zijn uitgenodigd voor een toelichtend / verdiepend gesprek:

- CHOICE insights;
- Miles Research;
- MWM2;

In de week van 19 t/m 23 mei 2025 hebben de verdiepende gesprekken via Webex plaats gevonden. Tijdens deze gesprekken zijn de volgende onderwerpen behandeld, waarbij hieronder een korte uitkomst is opgeschreven.

3.2.1. Dashboards:

Alle partijen werken veelvuldig met dashboards voor diverse opdrachtgevers. Doorgaans is een dashboard gebouwd dit PowerBI maar Tableau wordt ook gebruikt. Dashboards worden ingezet als tool om informatie altijd beschikbaar te hebben en toegang te bieden aan diverse gebruikers binnen de organisatie. Ook verdiepende analyses zijn mogelijk.

3.2.2. AI:

Alle partijen maken in meer of mindere mate gebruik van AI. Dat wordt gedaan tijdens het onderzoek (vraagsturing) en bij het analyseren van de onderzoeksdata. Alle partijen denken na over de gevolgen van AI en hoe data veilig gebruikt kunnen worden in relatie tot de AI tools die ingezet worden.

3.2.2. Eigen panel:

Er is kort gesproken over de voordelen en nadelen van een eigen panel en welke minimale n-tallen daarvoor nodig zijn. Ook over de mogelijkheden een panel te verbinden aan een community of te gebruiken voor werving van respondenten voor kwalitatief onderzoek.

3.2.2. ISO-normen:

Alle partijen hanteren de gebruikelijke ISO-normen.

3.3 Conclusie marktconsultatie

De aanbestedende dienst heeft inzicht gekregen in wat de marktpartijen die hebben gereageerd op de marktconsultatie kunnen beiden. Daarnaast heeft de aanbestedende dienst wat verdiepende informatie ontvangen aangaande dashboards / rapportages, AI, panels en ISO-normen.

De aanbestedende dienst gaat intern in beraad in hoeverre ze tijdens de aanbesteding voor de Dienstverleningsmonitor toepassingen hierin kunnen gaan implementeren.