

Marktverkenningsverslag

Doel en reikwijdte van de marktverkenning

De marktverkenning richt zich op de potentiële toekomstige aanbesteding van een **platform voor klant- en medewerkerstevredenheidsonderzoeken (KTO/MTO)** binnen het sociaal domein. Centraal staat een oplossing die:

- meerdere typen onderzoeken kan ondersteunen (structureel, periodiek en event-gedreven);
- schaalbaar is tot tienduizenden respondenten;
- goed integreert met bestaande informatievoorziening (o.a. BI-omgevingen);
- voldoet aan strenge eisen op het gebied van privacy, informatiebeveiliging en archivering.

Hoofdpijnen uit de leveranciersbeantwoording:

1 Implementatie en beheer

- **Implementatie** varieert van enkele weken tot circa twee à drie maanden.
- De meeste aanbieders nemen **volledige implementatie en technisch beheer** voor hun rekening.
- Structureel beheer aan opdrachtgeverzijde is doorgaans **beperkt** (enkele uren per maand).
- Het inrichten van een standaardonderzoek kost gemiddeld **1–4 uur**; complexe onderzoeken vragen meer afstemming.

2 Schaalbaarheid en performance

- Alle oplossingen zijn opgezet als **schaalbare platforms**.
- Grote volumes en piekbelasting worden opgevangen via autoscaling, batching en load balancing.
- Gelijktijdige uitvoering van meerdere onderzoeken wordt als standaard beschouwd.

3 Duurzaamheid en levenscyclus

- Digitale duurzaamheid wordt vooral bereikt via **cloud-architectuur en efficiënt resourcegebruik**.

- Dataportabiliteit is een belangrijk uitgangspunt: data blijft eigendom van de opdrachtgever en is exporteerbaar.
- Leveranciers benadrukken **continue doorontwikkeling** en modulaire architectuur als waarborg voor toekomstbestendigheid.
- SROI wordt wisselend ingevuld: sommige aanbieders hebben structurele maatregelen, anderen bieden maatwerkafspraken.

4 Rolverdeling, support en kennisoverdracht

- Leveranciers positioneren zich veelal als **ontzorgende partner** voor techniek en beheer.
- Supportmodellen bevatten helpdesk, vaste aanspreekpunten en SLA's met verschillende prioriteitsniveaus.
- Training en onboarding zijn vrijwel altijd onderdeel van de implementatie.
- Kennis van en ervaring met het **sociaal domein en privacyregelgeving** wordt expliciet benadrukt.

5 Planning en flexibiliteit

- Implementatietrajecten kennen vaste fasen (analyse, configuratie, testen, training).
- Leveranciers geven aan **flexibel** te zijn bij interne afhankelijkheden aan opdrachtgeverzijde.
- Datamigratie en BI-koppelingen zijn meestal te realiseren via API's of gestandaardiseerde exports.

6 Contract- en prijsmodellen

- SaaS-abonnementen zijn de norm.
- Prijsmodellen verschillen: gebaseerd op aantallen onderzoeken, respondenten, modules of vaste abonnementen.
- Kosten bestaan doorgaans uit:
 - eenmalige implementatiekosten;
 - periodieke abonnementskosten;
 - optionele kosten voor aanvullende modules of analyse.
- Data-eigenaarschap ligt altijd bij de opdrachtgever.
- Exit-strategieën en ondersteuning bij overstap naar een andere leverancier worden benoemd.

- Pilots en proefperiodes zijn vaak mogelijk.

7 Functionaliteit en innovatie

- BI-koppelingen (zoals met Power-BI) worden breed ondersteund.
 - Selfservice voor interne gebruikers is bij sommige oplossingen volledig beschikbaar, bij andere bewust beperkt.
 - AI-toepassingen richten zich vooral op:
 - analyse van open antwoorden;
 - samenvatten en clusteren;
 - sentimentanalyse.
 - Leveranciers presenteren roadmaps met verdere automatisering, AI-ondersteuning en verbeterde dashboards.
-