

Bijlage 2 Programma van Eisen Aanbesteding Recruitment Marketing, Job Marketing en Employer Branding

Inschrijver dient te voldoen aan de eisen als opgenomen in onderstaand Programma van eisen. Dit Programma van eisen maakt onlosmakelijk deel uit van de Overeenkomst. Inschrijver dient kennis te nemen van elke afzonderlijke eis en middels ondertekening verklaart Inschrijver aan elke afzonderlijke eis te voldoen. Indien inschrijver op één of meerdere van deze onderdelen niet voldoet, wordt hij uitgesloten van deze aanbesteding.

Het Programma van Eisen is Bijlage 2 van de Aanbestedingsleidraad.

Inhoudsopgave Programma van eisen

1. Algemeen	2
1.1 Garantie en kwaliteitsstandaard	2
1.2 Naleving wet- en regelgeving	2
1.3 Toepasselijke voorwaarden	2
1.4 GIBIT voor IT-gerelateerde onderdelen	2
1.5 Overdracht bij beëindiging	2
1.6 Flexibiliteit bij wetswijzigingen	2
1.7 Vrijheid tot zelf plaatsen	2
1.8 Operationele start	2
2. Strategie en employer branding	3
2.1 Strategisch plan en evaluatie	3
2.2 Toepassen uitkomsten EVP	3
2.3 SEO-advies	3
2.4 Beschikbaarheid van bestanden en materialen	3
2.5 Eigendom en intellectuele eigendomsrechten	4
2.6 Arbeidsmarkt-informatie en advies	4
2.7 Kanalen aanbod en technologie	4
3. Uitvoering en kwaliteitsborging vacatureplaatsing	5
3.1 Initiëren van opdrachten	5
3.2 Plaatsing uit naam van opdrachtgever	5
3.3 Snelheid van advies, plaatsing en aanlevering links	5
3.4 Offerte	6
3.5 Foutloze plaatsing en correctie	6
3.6 Mogelijkheid tot correcties na plaatsing	6
3.7 Spoed correcties	6
3.8 Digitale toegankelijkheid en inclusieve communicatie	6
3.9 Acquisitie	6
4. Bereikbaarheid en communicatie	7
4.1 Communicatiematrix en contactpersonen	7
4.2 Bereikbaarheid en reactietijden	7
4.3 Vervanging van contactpersoon	7
4.4 Kick-off bijeenkomst	7
4.5 Voertaal, taalbeheersing en correspondentie	7
5. Rapportages en evaluaties	8
5.1 Online dashboard en campagnerapportage	8
5.2 Proactieve campagnebijsturing	8
5.3 Format van rapportages	8
6. Contractmanagement en overlegstructuur	9
6.1 Halfjaarlijks overleg	9
6.2 Jaarlijkse voortgangsbepreking	9
6.3 Verslaglegging van overleggen	9
6.4 Proactieve optimalisatie van de overeenkomst	9
6.5 Klachtenprocedure	9

1. Algemeen	
1.1 Garantie en kwaliteitsstandaard	Opdrachtnemer garandeert de volledige en onvoorwaardelijke uitvoering van de dienstverlening conform alle eisen, voorwaarden en specificaties zoals vastgelegd in de Aanbestedingsleidraad, het Programma van Eisen en eventuele Nota('s) van Inlichtingen. Deze kwaliteitsstandaard blijft ongewijzigd van kracht gedurende de gehele looptijd van de overeenkomst.
1.2 Naleving wet- en regelgeving	Opdrachtnemer verklaart dat deze bij het opstellen van zijn Inschrijving rekening heeft gehouden met de verplichtingen die gelden ten aanzien van de Nederlandse en Europese wet- en regelgeving en vrijwaart Opdrachtgever voor iedere aansprakelijkheid omtrent het niet nakomen van de hieruit voortvloeiende verplichtingen.
1.3 Toepasselijke voorwaarden	Op deze aanbestedingsprocedure en de (eventueel) daaruit voortvloeiende Gunning en opdrachtverlening zijn geen andere leverings-, betalings- of overige algemene voorwaarden van toepassing, dan de (contractuele) voorwaarden die gemeente Stichtse Vecht in de aanbesteding ter beschikking heeft gesteld, te weten de Bijlage 6 definitieve concept Overeenkomst, de Bijlage 7 Verwerkersovereenkomst, de Bijlage 8 Wachtkamerovereenkomst, de Bijlage 5 Algemene Inkoopvoorwaarden van gemeente Stichtse Vecht 2025. Algemene of andere door de Inschrijver gehanteerde voorwaarden zijn niet van toepassing.
1.4 GIBIT voor IT-gerelateerde onderdelen	Op alle IT-gerelateerde onderdelen van deze opdracht, waaronder maar niet beperkt tot het online dashboard, de koppelingen met ATS en website analytics, en alle daarbij behorende software en dataverwerking, zijn de Gemeentelijke Inkoopvoorwaarden bij IT (GIBIT), versie 2023, van toepassing.
1.5 Overdracht bij beëindiging	Bij beëindiging of ontbinding van de Overeenkomst, dient Opdrachtnemer te garanderen om – kosteloos - te komen tot een effectieve en geruisloze overdracht van werkzaamheden en informatie aan een eventuele nieuwe partij.
1.6 Flexibiliteit bij wetswijzigingen	Inschrijver zal zich flexibel opstellen indien de wet- en regelgeving wijzigt en dit gevolgen heeft voor gemeente Stichtse Vecht en de Overeenkomst met de Opdrachtnemer.
1.7 Vrijheid tot zelf plaatsen	Gemeente Stichtse Vecht behoudt te allen tijde de vrijheid om zelf te plaatsen in print media, op onbetaalde kanalen (zoals fora en groepen) en op online kanalen waar de Opdrachtnemer zelf niet plaatst.
1.8 Operationele start	Opdrachtnemer garandeert dat de volledige dienstverlening, inclusief alle benodigde systemen en personeel, operationeel is en kan worden gestart direct na de formele ondertekening van de Overeenkomst.

2. Strategie en employer branding	
2.1 Strategisch plan en evaluatie	Opdrachtnemer ontwikkelt in samenwerking met de Opdrachtgever een strategisch plan voor employer branding en doelgroepencampagnes voor de komende jaren, om in beeld te komen als aantrekkelijk werkgever bij onze prioritaire wervingsdoelgroepen (4 à 5). In dit plan is minimaal opgenomen: • Een arbeidsmarkt- en doelgroepanalyse; • Nulmeting en doelstellingen (merkbekendheid, instroom, conversie, impressies); • Content- en campagneconcept, met richtinggevend creatief concept voor employer branding (overkoepelend) en kernboodschappen per doelgroep; • Campagneaanpak; • Planning en begroting. Deze strategie wordt ieder half jaar geëvalueerd (zie ook 6.1) en, indien nodig, bijgesteld op basis van verwachte vacatures en marktontwikkelingen Let op: de totaalprijs voor het opstellen van het strategisch plan mag maximaal € 5.000 ex btw bedragen. Een Employee Value Proposition-traject besteed Stichtse Vecht mogelijk later aan (verwachting eind 2026) in een aparte aanbesteding. Indien en zodra de Opdrachtgever beschikt over een voltooide EVP, wordt dit meegenomen en verwerkt in de strategie.
2.2 Toepassen uitkomsten EVP	Indien en zodra de Opdrachtgever beschikt over een voltooide Employee Value Proposition (EVP), garandeert Opdrachtnemer dat alle campagne-uitingen volledig worden afgestemd op en in overeenstemming zijn met de EVP-uitkomsten (waaronder (niet uitputtend) de werkgeversbelofte, pay-off, tone of voice/visuele identiteit en het creatief campagneconcept). Opdrachtnemer levert binnen 4 weken na de gezamenlijke overdracht van de EVP (met Opdrachtnemer en bureau van de EVP-ontwikkeling) een implementatieplan aan en past lopende campagnes waar mogelijk aan. Afwijkingen van de EVP zijn uitsluitend toegestaan na expliciete schriftelijke toestemming van Opdrachtgever.
2.3 SEO-advies	Opdrachtnemer adviseert de Opdrachtgever gevraagd en ongevraagd over de optimalisatie van vacatureteksten voor zoekmachines (SEO), bij de vacatures die wij uitzetten als campagne.
2.4 Beschikbaarheid van bestanden en materialen	Opdrachtgever heeft te allen tijde recht om te beschikken over (open) bestanden en materialen van Opdrachtnemer voor opdrachten die voor Opdrachtgever worden gemaakt; deze worden dan ook op eerste verzoek van Opdrachtgever aangeleverd.

2.5 Eigendom en intellectuele eigendomsrechten	Het campagne- en ontwerpwerk (uitgezonderd afgekeurde concepten) uitgevoerd door Opdrachtnemer, is eigendom van Opdrachtgever. Tevens berusten de rechten van intellectuele eigendom (waaronder auteurs- en merkenrechten), die voortvloeien uit het maken van het campagne- en ontwerpwerk, bij Opdrachtgever. Hier hoeft niet apart voor getekend te worden. Opdrachtgever verkrijgt het exclusieve recht om deze werken te gebruiken, aan te passen en te exploiteren zonder aanvullende vergoeding. Bij gebruik van materialen van derden (zoals stockfoto's, fonts, muziek) garandeert Opdrachtnemer dat: • De benodigde licenties zijn verkregen; • Opdrachtgever deze materialen mag gebruiken conform de licentievoorwaarden; • Opdrachtgever proactief wordt geïnformeerd over eventuele gebruiksbeperkingen. Opdrachtnemer garandeert dat de geleverde werken geen inbreuk maken op intellectuele eigendomsrechten van derden en vrijwaart Opdrachtgever volledig tegen eventuele claims van derden ter zake.
2.6 Arbeidsmarkt-informatie en advies	Opdrachtnemer beschikt over relevante en actuele doelgroep- en arbeidsmarktinformatie, wervingskanalen en data om Opdrachtgever zo goed mogelijk te adviseren met betrekking tot kanalen en hoe de doelgroep zo goed mogelijk benaderd, bereikt en geactiveerd kan worden.
2.7 Kanalenaanbod en technologie	Opdrachtnemer biedt de mogelijkheid om gesponsorde vacatures en advertenties te plaatsen op een zeer breed aanbod aan kanalen en (niche) jobsites, waaronder minimaal: Google Search ads en Google Display ads, social mediakanalen (LinkedIn (jobs, ads, Inmail), Meta, YouTube), Indeed en Gemeentebanen. Opdrachtnemer beschikt over technologie om, na toelating als mediabeheerder door gemeente Stichtse Vecht, namens Stichtse Vecht en eventuele subteams (zoals zwembad 't Kikkerfort) berichten te plaatsen op externe kanalen, zoals jobboards en social media.

3. Uitvoering en kwaliteitsborging vacatureplaatsing	
3.1 Initiëren van opdrachten	De Opdrachtgever initieert een opdracht voor een vacatureplaatsing en/of campagne op één van de onderstaande manieren: 1. Door middel van een schriftelijke advies- en/of offerteaanvraag per e-mail aan de vaste contactpersoon van de Opdrachtnemer; of 2. Door middel van een door de Opdrachtnemer beschikbaar gestelde online tool, indien van toepassing. De onder 1 genoemde wijze van opdrachtinitiatie (e-mail) dient te allen tijde beschikbaar te zijn.
3.2 Plaatsing uit naam van opdrachtgever	Vacatures, advertenties, campagnes etc. worden geplaatst uit naam, met logo, volgens huisstijlrichtlijnen en met beeldmateriaal van gemeente Stichtse Vecht. Tenzij bij aanvraag van de deelopdracht anders is aangegeven (bijvoorbeeld voor een subteam van de gemeente zoals zwembad 't Kikkerfort).
3.3 Snelheid van advies, plaatsing en aanlevering links	1. De Opdrachtnemer reageert op een door de Opdrachtgever ingediende aanvraag voor een Job Marketing campagne op werkdagen binnen maximaal vier (4) werkuren met een all-in advies en offerte. 2. Na schriftelijk akkoord van de Opdrachtgever op de offerte, realiseert de Opdrachtnemer de plaatsing van de campagne binnen maximaal twee (2) werkdagen. 3. De Opdrachtnemer plaatst geen online berichten of campagnes zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Opdrachtgever. 4. Binnen maximaal vier (4) werkuren na plaatsing verstrekt de Opdrachtnemer proactief per e-mail aan de aanvrager van de campagne de directe links naar alle geplaatste online publicaties. 5. Uiterlijk één (1) werkdag vóór het verstrijken van de afgesproken looptijd of sluitingstermijn van de campagne informeert de Opdrachtnemer de Opdrachtgever per e-mail over de mogelijkheid tot verlenging of sluiting van de campagne. 6. Indien de Opdrachtgever aangeeft dat de campagne kan worden gesloten, verwijdt de Opdrachtnemer onverwijld alle bijbehorende plaatsingen. 7. Zonder expliciete opdracht tot verlenging door de Opdrachtgever wordt een campagne automatisch gesloten na het verstrijken van de overeengekomen looptijd en/of na het bereiken van de sollicitatiedeadline. De door Opdrachtnemer bij inschrijving (bij SGC1) opgegeven service levels (indien sneller dan bovenstaande maxima) maken integraal onderdeel uit van de Overeenkomst en zijn bindend gedurende de gehele looptijd.

3.4 Offerte	Elke offerte bevat minimaal de volgende elementen: 1. Kem van de uitvraag van de campagne; 2. Concrete campagnedoelstelling (bijv. invulling vacature, aantal sollicitaties, bereik, naamsbekendheid); 3. Overzicht van geadviseerde kanalen, met per kanaal: - o Korte omschrijving van het kanaal (bijv. doelgroep en bereik website en wel/geen nieuwsbrief); - o Looptijd en specificaties (bijv. advertentievorm, targeting); - o Kosten per kanaal (excl. BTW); 4. Totale campagnekosten (excl. BTW), uitgesplitst naar mediabudget, servicekosten en eventuele korting; 5. Indicatie van verwachte impressies, clicks en Click-Through Rate (CTR), op basis van benchmarks en eerdere campagnes. De offerte en het advies worden verstrekt via e-mail (PDF) of, indien beschikbaar, via een online tool van Opdrachtnemer. In beide gevallen moet de informatie volledig, overzichtelijk en exporteerbaar (in PDF, Word of Excel) zijn.
3.5 Foutloze plaatsing en correctie	Minimaal 95% van alle vacatureplaatsingen per jaar is foutloos (aantal plaatsingen t.o.v. doorgegeven correcties dat na publicatie nodig was (elke correctie is een fout). Dit houdt in dat de geplaatste vacature: vrij is van spel-, grammatica- en opmaakfouten, inhoudelijk correct en volledig overeenkomt met de door Opdrachtgever aangeleverde informatie en conform de door Opdrachtgever gespecificeerde opmaak- en stijlrichtlijnen is gepubliceerd en ook omvattend de juiste tags, links, categorieën, functiegroepen en zoektermen (indien van toepassing). Fouten die door de Opdrachtnemer zijn veroorzaakt, worden kosteloos en binnen vier (4) werkuren na melding door de Opdrachtgever gecorrigeerd.
3.6 Mogelijkheid tot correcties na plaatsing	De Opdrachtgever heeft het recht om na plaatsing van een vacature of campagne correcties aan te vragen die de Opdrachtnemer doorvoert. Correcties zijn te allen tijde kosteloos.
3.7 Spoed correcties	Indien een campagne is gepubliceerd en er is een spoedaanpassing nodig, dan pakt de Opdrachtnemer dit op werkdagen binnen twee (2) uur op, na melding (per e-mail). Onder spoedcorrecties vallen: fout in functietitel, salaris, contactgegevens en andere informatie/beelden die tot imagoschade van gemeente Stichtse Vecht kunnen leiden.
3.8 Digitale toegankelijkheid en inclusieve communicatie	Alle online communicatie-uitingen voldoen aan de wettelijke verplichtingen op het gebied van digitale toegankelijkheid (WCAG 2.2 A en AA-norm, waarbij WCAG 2.1 geldt als ondergrens) en onze tipsheet inclusieve communicatie (Bijlage 10 Tipsheet inclusieve communicatie). Afwijkingen dienen gemotiveerd te worden.
3.9 Acquisitie	Verzoeken voor opdrachten komen primair vanuit de Opdrachtgever. Ongevraagde acquisitie is niet gewenst. Dit staat los van het proactief adviseren over optimalisatie van de lopende dienstverlening met een concrete advieswaarde (zoals bedoeld in 6.4).

4. Bereikbaarheid en communicatie	
4.1 Communicatiematrix en contactpersonen	Bij aanvang van de Overeenkomst levert Opdrachtnemer een communicatiematrix met daarin één vast aanspreekpunt (contactpersoon), eventueel een tweede voor contractuele zaken/accountmanagement, één vaste vervanger en een escalatiepunt. Deze personen zijn verantwoordelijk voor alle communicatie over de uitvoering.
4.2 Bereikbaarheid en reactietijden	De vaste contactpersoon en diens vervanger zijn volledig op de hoogte van de Overeenkomst en de gemaakte afspraken. Zij zijn op werkdagen (maandag t/m vrijdag) tijdens kantooruren (8:30-17:30 uur) telefonisch en per e-mail bereikbaar. Op vragen of contactverzoeken wordt uiterlijk binnen één (1) werkdag gereageerd.
4.3 Vervanging van contactpersoon	Opdrachtnemer informeert Opdrachtgever minimaal één (1) maand van tevoren over een permanente vervanging van de contactpersoon. Bij tijdelijke afwezigheid (zoals vakantie of ziekte) wordt te allen tijde een vervanger aangewezen die bekend is met de afspraken. Opdrachtgever heeft het recht om vervanging van een contactpersoon te eisen als de samenwerking inadequaat verloopt.
4.4 Kick-off bijeenkomst	Binnen twee (2) weken na de start van de Overeenkomst vindt een gezamenlijke kick-off plaats. Hierin worden strategische doelen, operationele werkwijzen en communicatielijnen definitief vastgelegd in een verslag. De kick-off van de samenwerking en de voorbereiding daarop, maken integraal deel uit van de opdracht en worden geacht in de aanbidding te zijn opgenomen.
4.5 Voertaal, taalbeheersing en correspondentie	De voertaal voor deze overeenkomst is Nederlands. Alle communicatie met en door Opdrachtnemer, evenals de taalbeheersing van al het bij de opdracht betrokken personeel, dient uitsluitend in het Nederlands te zijn. Deze beheersing omvat zowel woord als geschrift op professioneel niveau (minimaal C1 volgens het CEFR-raamwerk). Deze eis is noodzakelijk voor de effectieve ontwikkeling en uitvoering van Nederlandstalige recruitment marketingcampagnes en de succesvolle werving van Nederlandstalig personeel.

5. Rapportages en evaluaties	
5.1 Online dashboard en campagnerapportage	Opdrachtnemer biedt Opdrachtgever via een online dashboard inzicht in de prestaties van alle lopende campagnes. De cijfers zijn real-time of worden minimaal dagelijks geüpdatet en tonen minimaal de belangrijkste campagnemetrics per kanaal, zoals: • Aantal impressies (views) • Aantal kliks • Click-Through Rate (CTR) Naast deze campagnemetrics wenst Opdrachtgever per ingezet kanaal en voor de betreffende periode, een gedetailleerd en overzichtelijk inzicht in: • Totale kosten • Vergelijking met relevante benchmarks en/of eerdere resultaten Wanneer deze informatie niet beschikbaar is via het online dashboard, moet de ontbrekende informatie worden aangeleverd in PDF of Excel. We verwachten dat de diepgang van de rapportage en advies in verhouding staat tot de omvang en budget van de campagne. <i>(Dit betreft een dashboard (niet gekoppeld aan ATS of analytics) dat Opdrachtnemer als onderdeel van de basisdienstverlening aanbiedt. Het doel is om gedurende de looptijd van een campagne de voortgang te kunnen monitoren.)</i>
5.2 Proactieve campagnebijsturing	Gedurende de looptijd van een campagne wordt een proactieve houding van Opdrachtnemer verwacht. De Opdrachtnemer informeert in ieder geval halverwege de looptijd bij een kortdurende campagne (3-5 weken) en iedere 2 weken bij een langer durende campagne, over de campagneresultaten en adviseert kosteloos over concrete bijsturingsmogelijkheden. Aanpassingen die hieruit volgen verwerkt Opdrachtnemer kosteloos en binnen 2 werkdagen. Binnen 2 werkdagen na afloop van elke individuele campagne levert Opdrachtnemer een operationele evaluatierapportage met campagnemetrics genoemd in 5.1.
5.3 Format van rapportages	Het format voor alle rapportages en evaluaties wordt na gunning in onderling overleg definitief vastgesteld.

6. Contractmanagement en overlegstructuur	
6.1 Halfjaarlijks overleg	Elk half jaar vindt, op initiatief van Opdrachtgever, een voortgangsoverleg plaats. De agenda omvat minimaal: evaluatie van het strategisch plan, campagneresultaten en data-inzichten, voortgang van lopende zaken, evaluatie van de dienstverlening, knelpunten, rapportage n.a.v. de KPI's, marktontwikkelingen en innovatiemogelijkheden.
6.2 Jaarlijkse voortgangsbespreking	Minimaal één keer per jaar vindt een voortgangsbespreking plaats tussen de accountmanager van Opdrachtnemer en de Opdrachtgever om de resultaten, samenwerking en langetermijnstrategie te bespreken.
6.3 Verslaglegging van overleggen	Opdrachtnemer is verantwoordelijk voor de schriftelijke verslaglegging van alle overleggen; het verslag wordt binnen vijf (5) werkdagen verstuurd. Overleggen vinden plaats op locatie bij de gemeente, digitaal of telefonisch, in onderling overleg. De frequentie van overleg kan in overleg worden verhoogd indien daaraan behoefte is.
6.4 Proactieve optimalisatie van de overeenkomst	Opdrachtnemer neemt een proactieve houding aan in de optimalisatie van de Overeenkomst. Dit omvat het ongevraagd adviseren over trends, kansen in de markt en verbeteringen die relevant zijn voor de doelstellingen van Opdrachtgever. Hier wordt geen acquisitie onder verstaan.
6.5 Klachtenprocedure	Opdrachtnemer beschikt over een formele, laagdrempelige klachtenprocedure. Klachten worden klantvriendelijk en voortvarend afgehandeld. Opdrachtgever ontvangt binnen één (1) werkdag na het indienen van een klacht een terugkoppeling over de verwachte oplostermijn en wordt actief geïnformeerd over de status. Indien een klacht niet naar tevredenheid kan worden opgelost, wordt de contractbeheerder van Opdrachtgever onverwijld geïnformeerd.

Middels ondertekening verklaart Inschrijver aan elke eis, zoals benoemd in dit Programma van Eisen te voldoen.

Naam Opdrachtnemer:

Naam tekeningsbevoegde:

Functie tekeningsbevoegde:

Handtekening

Datum