

MARKTCONSULTATIE

DOCUMENT

inzake

Online arbeidsmarktcommunicatie

Ministerie van Defensie

Datum: 12 februari 2016

Copyright

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van het ministerie van Defensie.

Vertrouwelijkheid

Deze uitgave bevat vertrouwelijke informatie en dient als dusdanig te worden behandeld door de ontvanger.

Onderhavige uitgave mag uitsluitend gebruikt worden door ontvanger in het kader van de marktconsultatie met betrekking tot de Online arbeidsmarktcommunicatie van Defensie. Enigerlei overige toepassing is nadrukkelijk niet toegestaan.

1 Inleiding

Het doel van deze marktconsultatie is om inzicht te verkrijgen van de marktpartijen over de mogelijkheden, als input voor de voorgenomen aanbesteding van de online arbeidsmarktcommunicatie dienstverlening Defensie in 2016. Het ministerie van Defensie (Defensie) beoogt middels deze marktconsultatie de ideeën van de markt te horen. De marktconsultatie en de voorgenomen aanbesteding worden uitgevoerd door Dienst Publiek en Communicatie (DPC) van het ministerie van Algemene Zaken, de rijksbrede categoriemanager Communicatie. Gedurende de marktconsultatie verloopt alle communicatie via de afdeling Traffic van DPC: traffic@minaz.nl.

Het is niet toegestaan om in het kader van deze marktconsultatie c.q. voorgenomen aanbesteding contact op te nemen met andere Defensie- of DPC-medewerkers, tenzij uitdrukkelijk anders gemeld.

2 Opdrachtgever DCWS

De Opdrachtgever voor de voorgenomen aanbesteding van online arbeidsmarktcommunicatie van Defensie is het Dienstencentrum Werving en Selectie (DCWS), en daarbinnen specifiek de sectie Arbeidsmarktcommunicatie (AMC). DCWS valt onder Divisie Personeel en Organisatie welke valt onder het Commando Diensten Centra (CDC).

De missie van DCWS luidt 'het werven, keuren & selecteren van de beste militairen voor Defensie'. DCWS voorziet de Defensieonderdelen in de opgedragen hoeveelheid militair personeel van de juiste kwaliteit. Hiermee is DCWS verantwoordelijk voor het gehele proces van de instroom van militair personeel: van het wekken van belangstelling tot en met het aanstellen van geschikt bevonden kandidaten. Ook adviseert DCWS haar opdrachtgevers over de geschiktheid van kandidaten om binnen Defensie door te stromen naar een andere functie. In de dienstverlening van DCWS staan zowel de sollicitant, als de Defensieonderdelen, centraal. Binnen DCWS werken burgermedewerkers en militairen van alle onderdelen op verschillende niveaus in de organisatie samen.

Arbeidsmarktcommunicatie wordt door Defensie ingezet om zich te positioneren als interessante werkgever en om voldoende militair personeel (4.000 per jaar) te werven. Op dit moment wordt 85% van de 'Aanstellingsopdracht' gehaald. De uitdaging zit in het verhogen van dit percentage naar 100% en daarbij vooral in het werven voor specifieke functies, zoals technici, ICT'ers en hoger opgeleiden. Daarnaast dient te worden voorzien in de werving van leerlingen voor de MBO-opleiding Veiligheid en Vakmanschap (VeVa).

De arbeidsmarktbenadering moet duidelijk maken wat het werken bij Defensie inhoudt. Een persoonlijke en doelgroep specifieke benadering staat hierbij centraal. Daarbij gaat het om verschillen tussen leeftijdsgroepen, momenten in de loopbaan, de professionele achtergronden en de positie van de doelgroep. De benaderingswijze is dus eerder afhankelijk van de te onderscheiden doelgroepen, dan van de verschillende krijgsmachtonderdelen.

De campagne- en wervingsstrategie van Defensie bestaat uit een optimale combinatie van employer branding, jobbranding en relatiemanagement, waarbij niet alleen campagnevoering maar ook het één-op-één contact (fysieke werving) met de doelgroep belangrijk is. De doelstellingen voor de arbeidsmarktcommunicatie van Defensie laten zich dan ook als volgt samenvatten:

- Het profileren van Defensie als aantrekkelijke en verantwoordelijke werkgever (employer branding).
- Het zichtbaar maken van het concrete werk gericht op het werven van de benodigde kandidaten in de verschillende categorieën (jobbranding).
- Het onderhouden van relaties met doelgroepen die hetzij nu, hetzij in de toekomst zouden kunnen kiezen voor een baan bij Defensie óf die invloed kunnen uitoefenen op de keuzes van anderen (relatiemanagement).

De huidige campagne 'Werken bij Defensie. Je moet het maar kunnen' vormt de actieve schakel tussen corporate communicatie (beeldvorming Defensie), de arbeidsmarktcommunicatie en het werk van de wervingsvoorlichters in het land. De media-inzet is gelaagd van opzet: er is communicatie (employer branding) die iedereen ziet (gericht op het grote publiek) en er zijn doelgroepcampagnes (jobbranding) die zich afspelen tot in de kleinste niches waar de doelgroepen zich bevinden. Die campagnes zijn volledig afgestemd op de belevingswereld, interesses en drijfveren van de doelgroep. Maatwerk, maar altijd vanuit dezelfde campagne-look en thematiek: 'Werken bij Defensie. Je moet het maar kunnen'.

3 Onderwerp van de voorgenomen aanbesteding

Voor de invulling van de online arbeidsmarktcommunicatie maakt Opdrachtgever gebruik van partner(s) voor de online inrichting van de arbeidsmarktcommunicatie en het doorvertalen van de campagne naar online.

De opdracht bestaat uit twee aspecten die een nauwe relatie met elkaar hebben en ook als een geheel door Defensie afgenomen worden, te weten:

- Online doorvertaling van de arbeidsmarktcommunicatie (strategie) van Defensie in online content, middelen en acties en de technische productie hiervan.
- De (door)ontwikkeling, productie, onderhoud en beheer van de online infrastructuur van de arbeidsmarktcommunicatie Defensie.

Beide aspecten worden hieronder verder uitgewerkt.

De visie die in dit document gegeven wordt geeft de stand van zaken weer zoals die tot op heden is uitgewerkt. Na de marktconsultatie en in de komende periode kan de visie aangepast worden.

3.1 Online doorvertaling van de arbeidsmarktcommunicatie(strategie) van Defensie

Online campagnevoering vormt een onmisbaar onderdeel van de campagnestrategie van Defensie. Alle campagnes die Defensie inzet voor haar arbeidsmarktcommunicatie hebben een online component. Elke campagne wordt dan ook doorvertaald naar online uitingen op externe websites en omgevingen, door bijvoorbeeld de inzet van (video)banners en andere online content. Vanuit elke online uiting of activiteit wordt altijd doorverwezen naar www.werkenbijdefensie.nl.

De website moet nauw aansluiten bij de verschillende campagnes qua boodschap, gebruikte (campagne)beelden en 'look-and-feel'. De volgende elementen dienen dan ook door de opdrachtnemer ingevuld te worden:

- Ontwikkelen, produceren en implementeren van online content
De (technische) ontwikkeling, productie en het plaatsen van online content, middelen en acties als uitwerking van het geïntegreerde campagneplan. In dit plan worden de online componenten verder uitgewerkt in samenwerking met het strategisch reclamebureau en het mediabureau. Voorbeelden zijn onder andere de ontwikkeling en productie van (video)banners, webteksten, games, apps, poll's en interactieve infographics. Productie van

foto's en ander audiovisueel materiaal wordt door Defensie zelf of door het strategisch/conceptueel bureau uitgevoerd.

- Verzorgen van landingspagina's

Alle (deel)campagnes verwijzen naar de website www.werkenbijdefensie.nl (of in het geval van de Veva-campagne naar www.veva.nl). Voor elke campagne wordt een speciale landingspagina ontwikkeld. Deze landingspagina moet aansluiten qua boodschap, (campagne)beelden en look-and-feel en bijdragen aan een hoge engagement en goede conversie. De landingspagina bevat een logische verzameling van informatie waar de potentiële kandidaat verder mee kan, zoals relevante functie-informatie, vacatures en infodagen. Deze landingspagina's zijn de logische vervolgstap in de online route van de kandidaat. Via enkele klikken is hij verwijderd van de beoogde (conversie)doelstelling (bijvoorbeeld inschrijven infodag of direct solliciteren).

- Online basislaag

High-awareness-campagnes zorgen gedurende een geconcentreerde periode voor een stevige mediadruk. Deze campagnes worden aangevuld met zogenoemde 'low-awareness-campagnes', waarbij gebruik wordt gemaakt van bestaande en de nieuwste online advertising technieken. Deze vormen een online basislaag met een continue online aanwezigheid en een verhoging van de vindbaarheid van werkenbijdefensie.nl. De online basislaag maakt gebruik van onder andere search, display advertising, social- en mobile advertising. De taak voor de opdrachtnemer is om een vertaling te maken van de arbeidsmarktcommunicatie strategie naar low awareness campagnes en deze te implementeren. Voor de keuze van de inrichting van media dient hierbij samengewerkt te worden met opdrachtgever en haar partners voor de mediastrategie.

- Sales/aftersales

Om het effect van de verschillende campagnes te meten en – indien nodig – om bij te sturen wil Defensie (meta)gegevens van de gebruikers van het online arbeidsmarktcommunicatie infrastructuur kunnen opslaan om met deze gegevens diverse analyses uit te voeren. Het vastleggen en toegang bieden van deze gegevens dient door de opdrachtnemer ingevuld te worden, waarbij voldaan dient te worden aan de vigerende wetgeving met betrekking tot bescherming van (persoons-)gegevens. Voor de analyse van de gegevens kunnen verschillende applicaties van Defensie en/of opdrachtnemer ingezet te worden.

- Social media

Social media zijn onmisbaar bij de het bereiken van en communiceren met de (jongeren) doelgroep. Het dagelijkse conversatie- en contentmanagement wordt door Defensie voor een groot deel zelf gedaan. De opdrachtnemer ondersteunt bij ontwikkeling en productie van 'meer complexere' content. Ontwikkelingen op dit gebied gaan erg snel, daarom dient de opdrachtnemer Defensie te ondersteunen door de inzet van (nieuwe) tools en het geven van advies. Onderdeel van dit advies is opstellen van een social mediaplan per (deel)campagne en het ontwikkelen van social activatiecampagnes. Dit gebeurt altijd in nauw overleg met het strategisch bureau en het mediabureau. Per campagne kan de zwaarte van de inzet op 'paid' en 'owned' verschillen.

De volgende activiteiten worden verwacht van de opdrachtnemer:

- Design van de huidige social media kanalen, te weten: Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram
- Inrichten van web analyse tools, deels samen met Defensie.
- Adviseren over conversatiemanagement.
- Adviseren over contentmanagement.
- Ontwikkelen, produceren en plaatsen content op owned media. Dit kan variëren van tekst tot fotopostings en video's.
- Ontwikkelen van content op paid media.
- Aanvullen en bijhouden van de content-kalender.

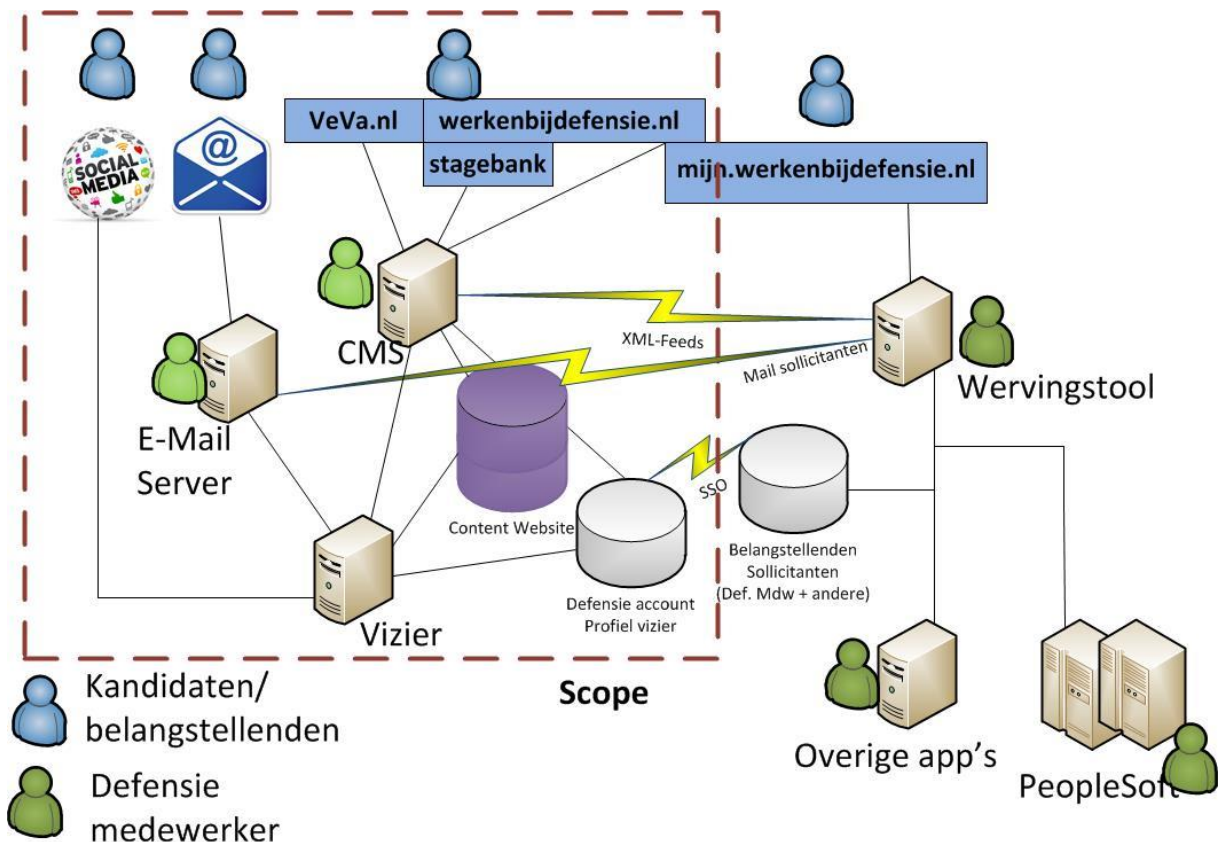
3.2 Beheer, (door)ontwikkeling en inrichting van de Online arbeidsmarktcommunicatie infrastructuur

Voor de invulling van haar arbeidsmarktcommunicatiestrategie maakt Defensie gebruik van een Online arbeidsmarktcommunicatie infrastructuur. Deze infrastructuur bestaat uit alle te gebruiken automatiseringsmiddelen voor het kunnen opslaan, verwerken en transporteren van gegevens: de technische componenten van het geautomatiseerd informatiesysteem, apparatuur en communicatievoorzieningen, inclusief van toepassing zijnde procedures en documentatie.

Defensie beschikt met www.werkenbijdefensie.nl over de grootste recruitmentsite van Nederland, zowel in omvang met ruim 800 pagina's (exclusief nieuwsberichten) als de grootste qua bezoek, met zo'n 4,5 miljoen bezoekers in 2014. Ten behoeve van het werven van leerlingen voor de opleiding Veiligheid en Vakmanschap exploiteert Defensie www.veva.nl. Samen met de verschillende social media kanalen, en voor Defensie ontwikkelde toepassingen, vormen zij de online arbeidsmarktcommunicatie infrastructuur. De online arbeidsmarktcommunicatie inrichting Defensie bestaat uit de volgende onderdelen:

- De webdomeinen www.werkenbijdefensie.nl en www.veva.nl.
- Content Management Systeem.
- Online Content.
- Vizier, een Customer Relationship Management (CRM) voor belangstellenden van werkenbijdefensie.
- E-mailserver.
- Gebruik van Social Media Koppelingen (onder andere mijn.werkenbijdefensie en stagebank).
- Single Sign On.

Deze onderdelen zijn in onderstaande figuur binnen het rood gestippelde kader schematisch weergegeven. De onderdelen buiten het kader geven de omgeving en de koppelingen van de inrichting van de online arbeidsmarktcommunicatie weer.



4 Planning en uitvoering

Deze marktconsultatie wordt in een aantal stappen uitgevoerd. Deze worden hieronder beschreven en toegelicht.

4.1 Stappen

Stap 1 oproep deelname aan marktconsultatie

De marktconsultatie wordt bekend gemaakt via een vooraankondiging van de aanbesteding op Tendered (<http://www.tendered.nl>) en de TED-databank (<http://ted.europa.eu>). Daarmee wordt een brede en openbare marktbenadering bewerkstelligd. Alle marktpartijen die op basis van deze vooraankondiging geïnteresseerd zijn om deel te nemen aan de marktconsultatie kunnen het Marktconsultatie document downloaden vanaf Tendered.

Stap 2 Schriftelijke reacties marktpartijen

Het Marktconsultatie document geeft u de informatie die u nodig heeft om te bepalen of u deelneemt aan de marktconsultatie. Indien u wilt deelnemen aan de marktconsultatie dient u de vragen te beantwoorden. Op uiterlijk **vrijdag 4 maart 2016, 12:00 uur** ontvangen wij graag per e-mail uw reactie. U kunt gebruik maken van het format zoals toegevoegd als bijlage 2 van dit document..

Vragen of opmerkingen ten aanzien van het Marktconsultatie document kunt u tot **22 februari 2016, 12:00 uur per e-mail** stellen aan de in paragraaf 1 genoemde contactpunt. U dient gebruik te maken van het format zoals toegevoegd als bijlage 1 van dit document. Alle vragen zullen worden geanonimiseerd, beantwoord en opgenomen worden in een Nota van Inlichtingen. Deze Nota van Inlichtingen zal op uiterlijk **26 februari 2016** gepubliceerd worden op Tendered.nl.

Stap 3 Uitnodiging voor een nadere toelichting

De nadruk van deze marktconsultatie ligt initieel op het schriftelijke deel. Na de sluitingstermijn voor deelname aan de marktconsultatie, en beantwoording van de vragen zoals opgenomen in paragraaf 5.3, kan Defensie partijen echter verzoeken om een nadere persoonlijke toelichting te geven. Indien hiertoe wordt besloten wordt u nader ingelicht over de hiervoor in te plannen datum.

Stap 4 Rapportage

De resultaten van de marktconsultatie zullen door Defensie worden verwerkt in de vorm van een rapportage. Alle bedrijfsspecifieke gegevens zullen worden geanonimiseerd. De rapportage zal onderdeel uitmaken van de aanbestedingsdocumenten van de te zijner tijd uit te voeren aanbestedingsprocedure. Op die manier wordt bewerkstelligd dat ten tijde van de te houden aanbestedingsprocedure alle geïnteresseerde partijen (ook diegene die niet hebben deelgenomen aan deze marktconsultatie) over dezelfde informatie beschikken.

4.2 Kostenvergoeding

Deelname aan onderhavige marktconsultatie geschiedt voor eigen rekening. Defensie vergoedt geen enkele kosten die gemaakt worden in verband met deelname aan de marktconsultatie.

4.3 Voorbehouden

Dit document is geschreven in het kader van de marktconsultatie voor Online arbeidsmarktcommunicatie van Defensie. Deelname aan deze marktconsultatie mag niet worden beschouwd als een uitnodiging om in te schrijven op de voorgenomen aanbesteding waarvoor deze marktconsultatie als voorbereiding dient. Ook kan geen enkel recht op selectie of gunning in het kader van de feitelijk nog te houden aanbesteding worden ontleend wegens deelname aan deze marktconsultatie.

Defensie is nadrukkelijk voornemens om na deze marktconsultatie een aanbesteding te starten. Defensie is zeer nieuwsgierig naar de reactie van de markt op deze marktconsultatie. Daar de opbrengst van deze marktconsultatie ongewis is, behoudt het Ministerie van Defensie zich het recht voor:

- de planning zoals opgenomen in paragraaf 3.1 te wijzigen;
- de denkrichting voor de aanbesteding en/of de opdracht qua vorm en inhoud op andere wijze uit te voeren dan beschreven in dit Marktconsultatie document;
- deze marktconsultatie tijdelijk of definitief te staken;
- naar aanleiding van de marktconsultatie te besluiten geen aanbesteding te houden.

4.4 Vertrouwelijkheid

Defensie gaat ervan uit dat de informatie die beschikbaar gesteld wordt in deze marktconsultatie vertrouwelijk behandeld wordt door de marktpartijen en alleen gebruikt wordt voor het doel waarvoor zij beschikbaar is gesteld, namelijk de marktconsultatie.

De informatie mag slechts worden getoond aan medewerkers van de marktpartij die ten behoeve van het indienen van een reactie in het kader van deze marktconsultatie daarvan kennis moeten

nemen. Defensie zal de reacties op basis van het Marktconsultatie document vertrouwelijk behandelen. Indien u besluit niet deel te nemen aan de marktconsultatie wordt u verzocht de stukken en eventuele kopieën daarvan te verwijderen/vernietigen.

5 De marktconsultatie

5.1 Algemeen

Defensie heeft besloten om ter voorbereiding op de door haar voorgenomen aanbesteding een marktconsultatie te houden. In zijn algemeenheid geldt dat een marktconsultatie een aanbestedende dienst in staat stelt om enige kennis en ervaring van marktpartijen te verzamelen en te gebruiken bij het doorlopen van een aanbestedingstraject. De kennis en kunde van de marktpartijen wordt gebruikt om de eigen ideeën van de aanbestedende dienst te toetsen en daarmee de kwaliteit van de aanbestedingsdocumenten te verbeteren. Daarnaast worden marktpartijen nadrukkelijk uitgenodigd om hun 'best practice' in te brengen wanneer deze daadwerkelijk kan bijdragen aan de doelstelling van Defensie.

Met deze consultatie wil Defensie meer inzicht krijgen in de mogelijkheden die marktpartijen kunnen bieden en die kunnen bijdragen aan de inkoopstrategie.

5.2 Doel van deze marktconsultatie

Defensie heeft op dit moment behoefte aan meer informatie over de interesse en het potentieel van de marktpartijen op het gebied van online doorvertalen van arbeidsmarktcommunicatie, het opzetten en ondersteunen van online campagnes en het ontwikkelen en exploiteren van een online AMC infrastructuur. Dit inzicht is nodig om een goede aanbesteding uit te voeren en het gewenste resultaat te bereiken.

Het doel van deze marktconsultatie is tweeledig, namelijk:

- (1) Het toetsen van de interesse van de spelers in de markt en het vaststellen van het potentieel van de spelers in de markt (welke partijen kunnen de diensten leveren, welke resultaten zijn gebruikelijk)?
- (2) Het eventueel vergroten van het inzicht in de mogelijke dienstverlening voor het invullen van de online doorvertaling van arbeidsmarktcommunicatie, het opzetten en ondersteunen van online campagnes en het ontwikkelen en exploiteren van een online AMC infrastructuur.

5.3 Vragen aan marktpartijen

Defensie heeft de volgende vragen aan marktpartijen over het onderwerp van de voorgenomen aanbesteding waarop zij graag een bij voorkeur van motivering of onderbouwing voorziene reactie ontvangt:

- (1) Bent u geïnteresseerd om deel te nemen aan de voorgenomen aanbesteding? Zo ja, zal dit naar uw verwachting zelfstandig of in combinatie met andere geïnteresseerden en/of onderaannemers zijn? Zo nee, waarom gaat u niet deelnemen?
- (2) Defensie beschikt op dit moment over een eigen online arbeidsmarktcommunicatie Infrastructuur, welke mogelijkheden ziet u om de bestaande infrastructuur (eventueel tijdelijk) op te nemen in uw oplossing? Welke voor- en nadelen ziet u daarbij?
- (3) Welke belangrijke ontwikkelingen ziet u op het gebied van de online arbeidsmarktcommunicatie en hoe zou Defensie, naar uw mening, hierop in kunnen spelen en gebruik van kunnen maken?

- (4) Defensie realiseert zich dat de gevraagde dienstverlening op dit gebied continue aan verandering onderhevig is. Dit staat mogelijk op gespannen voet met de in een contract vastgelegde afspraken op basis van een inschrijving op een Europese aanbesteding. Wat zou u Defensie aanraden om in staat te zijn mee te bewegen met de veranderingen en mogelijkheden die zich op de arbeidsmarkt-, en in het bijzonder de jongeren-communicatie kunnen aandienen?
- (5) Welke prijsmodel is het meest geschikt voor de uitvoering van de opdracht? Denk hierbij aan de mogelijke uurtarieven, een vaste fee voor de inrichting en het onderhoud van de infrastructuur, een fee per campagne of kandidaat, licentiekosten voor gebruikers et cetera. Graag een onderbouwing en motivering van uw antwoord.