



Naam Wout Groeneveld

Functie Senior Operations
Manager

Organisatie Canon Nederland

ANALYSEREN VAN TENDERDATA BIJ AANBESTEDINGEN

CHEAT SHEET ZORGT VOOR BETERE AANSLUITING BIJ DE MARKT

Een marktverkenning kan niet alleen beter, maar ook sneller met de juiste data. Senior Operations Manager Wout Groeneveld van Canon ontwikkelde daarvoor een cheat sheet.

Een marktverkenning helpt de aanbestedende dienst een betere uitvraag in de markt te zetten door begrip van de markt van het aan te besteden product. Op 14 juli dit jaar werd op TenderNed een artikel geplaatst over het feit dat het aantal marktconsultaties in de afgelopen vijf jaar een stijgende lijn laat zien. Een logische trend, zo lijkt het, maar welke rol kan het analyseren van tenderdata spelen om de beoogde aansluiting met de markt te vergroten?

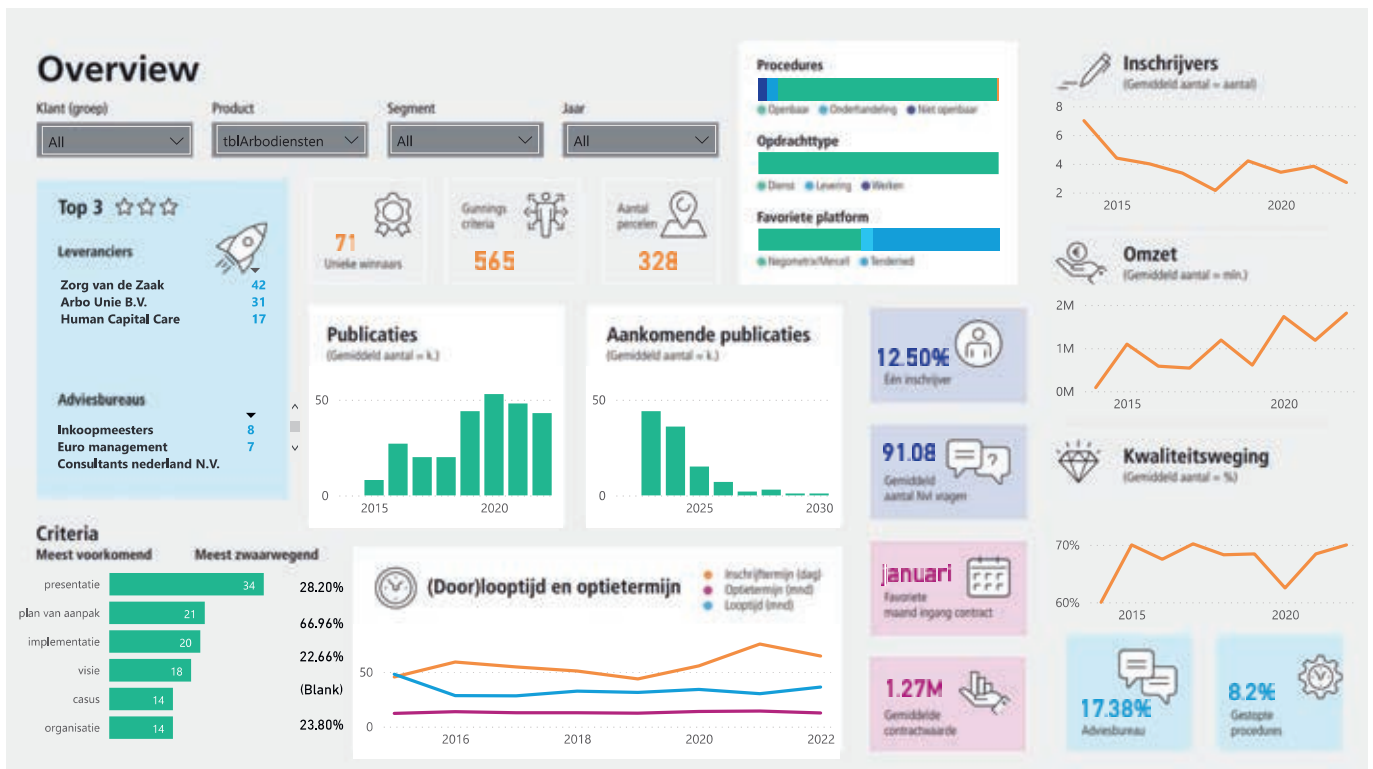
Aansluiting bij de markt

Gemiddeld een keer in de vier jaar moet een contract bij een publieke organisatie opnieuw worden aanbesteed. In bepaalde branches is deze periode nog langer. Markten zijn echter sterk

aan verandering onderhevig. Een recent voorbeeld is het tekort aan grondstoffen en chips waardoor levertijden, beschikbaarheid en prijzen sterk fluctueren. Een ander voorbeeld is de massale switch naar cloudproposities binnen diverse branches als het gaat om ICT-gerelateerde dienstverlening. Voor een inkoper is het onmogelijk om al deze ontwikkelingen continu bij te houden. Een marktverkenning is dan een goede manier om aansluiting te krijgen met de markt.

Tijdrovende bezigheid

Een marktverkenning is echter een tijdrovende bezigheid, die zich niet laat vangen in een standaard stramien. Vragen die wij van aanbestedende diensten krijgen zijn onder meer: waar begin je, wie nodig je uit, wanneer start je met verkennen, hoe



Bron: Groeneveld, 2022.

kan data een inkopende organisatie helpen eenvoudiger een nog betere verkenning van de markt uit te voeren? In twee eerdere artikelen in Deal! (in mei 2021 en september 2022) wordt ingegaan op data en inzichten uit onderzoek naar aanbesteden in Nederland. Daarbij is ruim 60 procent van de aanbestedingsmarkt in kaart gebracht, ruim 45.000 percelen in de periode 2015-2022. Het betreft data waarvan interessante informatie te maken is voor inkoop, iets wat nu veelal ontbreekt bij de start van een inkooptraject. Denk daarbij aan potentiële inschrijvers, het gemiddeld aantal inschrijvers, de beste publicatiemaand, doorlooptijd en gunningscriteria.

Cheat sheet

De mogelijkheden zijn eindeloos, de kunst is dan ook om het simpel te houden. Hiertoe hebben we samen met een aantal inkopende organisaties een *cheat sheet* ontwikkeld. Hierboven zie je een voorbeeld van zo'n sheet. Het is een *one-pager* waar belangrijke marktinformatie op staat. De sheet is opgebouwd uit 1. een aanbestedende dienst, 2. marktpartijen en 3. procesmatige informatie. Een korte toelichting op deze drie punten:

1. Aanbestedende dienst: welke vergelijkbare partij heeft onlangs vergelijkbare aankopen gedaan, de kans op een gestopte procedure, gebruik van adviesbureaus en zo ja welke bureaus, welke gunningscriteria worden gebruikt, welke weging wordt toegepast en wat is een gemiddelde contractwaarde?

2. Marktpartijen: hoeveel inschrijvers kun je verwachten, de kans op slechts een inschrijver, de grootste spelers en zijn het lokale of landelijk opererende organisaties?
3. Procesmatige informatie: wat is een slimme maand om te publiceren, hoeveel tijd kost het doorlopen van de procedure en implementatie gemiddeld, hoeveel Nota van Inlichtingen-vragen kun je verwachten en wat is de prijsontwikkeling per product?

“Een marktverkenning is een tijdrovende bezigheid die zich niet laat vangen in een standaard stramien”

Een praktijkvoorbeeld van de toepassing van de sheet is die van een mbo-instelling die op basis van het onderzoek kwam met de vraag om een marktanalyse te maken. Er was vraag naar de ontwikkeling van werkplekhardware binnen het onderwijs. Het laatste jaar waren er steeds maar twee inschrijvers geweest en daarnaast liepen de prijzen op. Welke trends en inzichten waren uit de data te herleiden?

Dialogo met de markt

De cheat sheet liet zien dat er twintig verschillende winnaars van werkplekhardware waren binnen het mbo-segment. Het

GEZOCHT: 10 AANBESTEDENDE ORGANISATIES

Met een cheat sheet kun je eenvoudig een eerste marktverkenning te doen. De informatie helpt je om de juiste inkoopstrategie te bepalen en desgewenst een nadere marktverkenning op te starten. Meer *field research* kan nog tastbaarder maken hoe groot het voordeel is als gebruikgemaakt wordt van de cheat sheet. Daarom ben ik op zoek naar tien inkopende organisaties die de komende maanden

een aanbesteding uitschrijven. Ze krijgen dan informatie uit de cheat sheet van de betreffende productgroep. Na afloop van de aanbestedingsprocedure wordt een meting gedaan naar de effecten van het gebruik van de sheet ten aanzien van de aanbestedingsprocedure, het interne proces en de reactie van de markt op de gekozen route. Deze inzichten hopen wij volgend jaar in Deal! te delen!

gemiddeld aantal inschrijvers liet een negatieve trend zien en de kans op slechts één inschrijver was ruim 15 procent. De gemiddelde prijzen lieten vanaf 2020 inderdaad een sterk stijgende lijn zien. Er zijn dus voldoende partijen, maar de top drie van de markt schreef bij hen niet in. De vraag ontstaat dan wat je als organisatie moet doen om te zorgen dat deze partijen willen meedingen? De onderwijsinstelling was blij met de inzichten en heeft over dit onderwerp de dialoog met de markt gevoerd.

“Als we aannemen dat het effect van concurrentie minimaal 2 procent is, dan levert dat 80.000 euro op”

Een tweede voorbeeld is dat van een onderwijsinstelling die een nieuwe roosterapplicatie wilde inkopen. Binnen de organisatie was geen kennis of informatie over deze productcategorie. Van de accountant kwam de vraag waarom de organisatie nog niet had aanbesteed en dus *non-compliant* was. Op basis van onder andere het aantal spelers actief in de branche, het gemiddeld aantal inschrijvers en het jaarlijks aantal trajecten kreeg de accountant voldoende informatie voor een juiste onderbouwing van de gekozen strategie.

Zes voordelen

Ter illustratie: het percentage van slechts één inschrijver is in deze branche bijna 50 procent, zo bleek uit de data. De voorbeelden laten zien hoe data leidt tot waardevolle informatie en bijdraagt aan een betere aansluiting bij de markt. Adviezen die zijn te geven zijn: gebruik de informatie beslissingsondersteunend om inkoop eenvoudiger en efficiënter te maken en voer op basis van de inzichten de dialoog met elkaar. Maak de markt ook bekend met jouw organisatie. Vanuit een theoretisch perspectief leveren deze inzichten voorafgaand aan het starten van een aanbesteding de volgende zes voordelen op:

1. Gemiddeld schrijft bij 1 op de 10 aanbestedingen/percelen maar één partij in. Dat betekent dat concurrentie niet altijd ontstaat. Meer inschrijvers heeft doorgaans een positief effect op de contractwaarde. De gemiddelde contractwaarde

in de dataset over 2022 is 4.000.000 euro. Als we aannemen dat het effect van concurrentie minimaal 2 procent is op de inschrijfsom, dan levert dat een bedrag van 80.000 euro op.

2. Hoeveel inschrijvers kun je verwachten in een bepaalde branche? De uitkomst kan bepalend zijn voor de aanlegroute die wordt gekozen door de aanbestedende dienst.
3. Het afgeven van een realistische doorlooptijd aan je interne organisatie en potentiële gegadigden. Als de marktstandaard gemiddeld 55 dagen is, is het dan verstandig om 45 dagen uit te vragen? Of: als de gemiddelde implementatietijd 100 dagen is, waarom zou je er dan naar streven het contract binnen een maand op te laten leveren? Een realistische planning zorgt voor meer geïnteresseerde partijen. Daarnaast heeft de aanbestedende dienst direct een succeservaring, omdat belangrijke deadlines worden gehaald. Dit komt de communicatie en de op te bouwen relatie ten goede.
4. Minder overleg en discussie. Het beschikken over objectieve feiten maakt discussies over bijvoorbeeld de te gebruiken aanbestedingsprocedure en te hanteren doorlooptijden deels overbodig. Hierdoor neemt de effectiviteit van de interne projectgroep toe. Beslissingen zijn dan namelijk gemakkelijker te nemen.
5. Betere aansluiting bij de markt zorgt ook dat het aantal trajecten dat wordt afgebroken verlaagd wordt. Het percentage van de trajecten dat vroegtijdig wordt gestopt, ligt boven de 5 procent. De reden hiervoor is nu veelal dat er onvoldoende inschrijvers waren, dan wel dat de inschrijvers niet konden voldoen aan de gestelde eisen.
6. Focus op organisatiedoelstellingen. Het komt voor dat de input van marktpartijen bij marktconsultaties wordt doorvertaald in een lijst met eisen en specificaties. Hierdoor wordt een schaaap met vijf poten uitgevraagd en kan feitelijk niemand inschrijven. Door de data-inzichten te gebruiken, komt de focus meer op andere aspecten te liggen. Bijvoorbeeld wat de kritische succesfactoren zijn om een goede aanbesteding te doorlopen en de organisatiedoelstellingen te behalen. ●