

Inschrijven op aanbestedingen?

4 praktische tips!

Inschrijven op aanbestedingen biedt kansen om samen te werken met de overheid. Een succesvolle inschrijving kan een boost geven aan uw organisatie. Uiteraard vergt het inschrijven op een aanbesteding een investering van uw onderneming in geld, tijd en mankracht.

Als partner van de NBBU helpt Cinfield u bij het winnen van tenders en aanbestedingen. Dit doen we onder andere met training en advies.

Gaat u voor het eerst inschrijven op aanbestedingen? Lees hier de 4 gouden tips voor de winnende inschrijving!

Hulp nodig bij een aanbesteding of meer weten over onze trainingen?

www.cinfield.nl

of neem contact via:
088 234 76 00 /
info@cinfield.nl

1. Ken de klant

In de periode voorafgaand aan de publicatie van een aanbesteding is er ruimte om informatie in te winnen. Door in gesprek te gaan en vragen te stellen in deze periode krijgt u begrip van de doelstellingen van de klant en de wijze waarop zij gaan aanbesteden. Bespreek de onderscheidende elementen uit uw dienstverlening met de klant en neem deel aan marktconsultaties. Hierdoor bent u bekend bij de klant en hebben zij een beleving bij uw inschrijving.

Bespreek minimaal de volgende 4 onderwerpen met de klant:

- Welk doel heeft de klant met de aanbesteding?
- Welke eisen stelt de klant aan inschrijvers en op welke onderwerpen beoordelen zij?
- Hoe tevreden is de klant over de huidige dienstverlening?
- Welke stakeholders zijn betrokken en wat is hun rol?

Na bovenstaande vragen te beantwoorden heeft u begrip en informatie van de klantvraag. Zo neemt u voorbereid deel aan de aanbesteding. Hierdoor kunt u uzelf beter onderscheiden van andere inschrijvers bij het inschrijven op de aanbesteding.

2. Schrijf alléén in wanneer u de logische winnaar bent

Kies bewust op welke aanbestedingen u inschrijft en bedenk goed waarom u inschrijft. Steek tijd in het analyseren waarom uw organisatie de logische winnaar is en wat uw dienstverlening onderscheidend maakt.

Bepaal met onderstaande checklist of u een logische winnaar bent:

- Kennen wij de klant en kennen zij onze organisatie?
- Weten wij welke doelstelling of probleem de klant heeft?
- Hoe helpt onze dienstverlening bij het bereiken van de doelstelling van de klant?
- Beschikken wij over voldoende capaciteit, tijd en kennis om een kwalitatief hoge aanbidding in te leveren?
- Beschikken wij over relevante bewijslast die de klant overtuigt van onze dienstverlening? Denk aan: tevredenheidscijfers, kosten of tijd besparende cijfers, referenties en quotes die duidelijk maken dat uw dienstverlening heeft bijgedragen aan het behalen van het doel van de klant.

Heeft u één van deze vragen beantwoord met 'nee' of weet u het antwoord niet? Vraag uzelf dan af of u de logische winnaar bent en of het verstandig is om in te schrijven op deze aanbesteding.



3. Voorkom uitsluiting

Onderdeel van winnen is weten hoe u verliest. Voorkom uitsluiting en check dubbel of alle gevraagde formulieren correct zijn ingevuld en dien uw inschrijving ruim voor de deadline in.

Wat je zeker dubbel moet checken:

- Zijn contracten en voorwaarden gecontroleerd en gaan u hiermee akkoord?
- Zijn de documenten (waaronder UEA) volledig, compleet, correct ingevuld en door de juiste personen ondertekend?
- Wordt de juiste versie ingeleverd?

Let op: Het aanvragen documenten zoals een GVA of een verklaring van de Belastingdienst kennen lange doorlooptijden. Vraag deze dus op tijd aan.



3. Beantwoord de klantvraag met structuur, onderbouwing en stijl

Overtuig de klant dat uw dienstverlening het beste aansluit op de vraag. Geef concreet antwoord op de vraag en maak uw dienstverlening onderscheidend met behaalde prestaties. Dit doe u aan de hand van de volgende drie stappen:

1. Brons - Structuur

Zet eerst een structuur neer waarin de hoofdvragen en sub-vragen in terugkomen. Dit doet u door met sub-kopjes en bulletpoints te werken. Zo heeft u houvast voor verdere invulling van het antwoord. Zorg dat het antwoord binnen de scope van de vraag blijft en voorkom dat u informatie deelt die niet beoordeeld wordt.

2. Zilver - Onderbouwing

De structuur werkt u vervolgens verder uit tot lopende tekst. Redeneer waarom uw dienstverlening aansluit op de klantvraag met behulp van bewijs. Bewijslast is relevant als het resultaten betreft die u heeft behaald bij vergelijkbare klanten in vergelijkbare situaties. Wees concreet en specifiek. Voorkom dat u informatie deelt die uw onderbouwing niet ondersteunt, zoals het aantal jaar ervaring van de organisatie of kreten als 'bij ons staat de klant centraal'

3. Goud - Stijl

Richt u ten slotte op stijl. Stijl bevat onder andere spelling en grammatica, lopende zinnen en aansluiting op de 'Tone-of-voice' van de klant. Controleer op spelfouten en grammatica en maak de tekst prettig leesbaar. Dit doet u door te variëren tussen lange en korte zinnen en actief taalgebruik. Voorkom het woorden als: 'worden', 'zullen', 'kunnen' en 'willen'. Pas uw tekst aan op de Tone-of-voice van de klant door de woordkeuze aan te sluiten op die van de klant, maar voorkom jargon.

Houd in uw planning rekening met deze drie stappen, zo heeft u voldoende tijd om te schrijven. Het resultaat is dat u écht antwoord geeft op de klantvraag en deze onderbouwd in een stijl die voor de klant herkenbaar is.