



SCHOONMAAKDIENSTEN INKOPEN BINNEN DE PUBLIEKE SECTOR

Een goede voorbereiding is het halve werk



SCHOONMAAKDIENSTEN INKOPEN BINNEN DE PUBLIEKE SECTOR

Een goede voorbereiding is het halve werk

Inkoop voor de publieke sector is een vak apart - zeker als het gaat om de inkoop of aanbesteding van specialistische zaken, zoals schoonmaakdiensten. In de Code Verantwoordelijk Marktgedrag staat dat (overheids)inkopers moeten sturen op kwaliteit, betrokkenheid en respect en dat ze vervolgens pas naar de prijs moeten kijken. Helaas is dat eenvoudiger gezegd dan gedaan. Zoals zo vaak geldt echter ook nu: een goede voorbereiding is het halve werk. Als u goed beslagen ten ijs komt, ontstaan minder onduidelijkheden tijdens de aanbesteding. Bovendien verdient dit zich vaak terug in de prijs en kwaliteit bij de uitvoering van het contract. In deze whitepaper vertellen we u waar u op moet letten om het aanbestedingsproces soepel te laten verlopen.





BEPAAL HET DOEL VAN DE SCHOONMAAK

De eerste vraag die u moet beantwoorden is: met welk doel koopt u schoonmaak in? En wat is dus de belangrijkste factor om op te letten? Moet het schoonmaakbedrijf expert zijn in hygiëne (als het gaat om toiletten en keukens) of bijvoorbeeld in representativiteit (als het gaat om de receptie, vergaderzalen of andere publieke ruimten). Wie zien de effecten van de schoonmaakservice? Zijn dat medewerkers, leveranciers of andere relaties? En wat verwachten zij? Natuurlijk komt schoonmaak altijd neer op reiniging, maar als u helder heeft wat het belangrijkste doel van de schoonmaak is, kunt u daar gericht op sturen. Bepaal voor iedere ruimte, van toegangshallen tot wachtkamers, kantoren en toiletten wat de functie van de schoonmaak is en doe dat bij voorkeur met de gebruikers en schoonmaakexperts samen. Vraag ook collega's van andere (overheids)organisaties eens naar hun advies en ervaringen.

WEET WAT U INKOOPT

Wat is duur? Wat is goedkoop? Als u een marktconforme prijs wilt, moet u eerst weten wat marktconform is. Als u onvoldoende op de hoogte bent, is het belangrijk niet alleen voor het doel, maar ook voor de prijs te benchmarken. Wat betalen andere (overheids)instanties voor vergelijkbare schoonmaakdiensten? Uiteraard gaat het hierbij niet alleen om de prijs. Welke schoonmaakbedrijven zijn gespecialiseerd in schoonmaak voor overheidsinstanties? En welke vallen bijvoorbeeld op in maatschappelijk verantwoord ondernemen en milieuvriendelijke schoonmaak - als u dit belangrijk vindt? Als overheidsinkoper van schoonmaakdiensten kunt u pas bepalen welke prijs goed is en welke aanbieder op uw wensen aansluit als u weet hoe de schoonmaakbranche in elkaar zit. Bovendien gaat de Code Verantwoordelijk Marktgedrag uit van aanbestedingen op basis van de Economisch Meest Voordelige Inschrijving (EMVI). De EMVI-criteria zijn gericht op prijs, maar vooral op kwaliteit. U moet dus criteria voor kwaliteit formuleren waarmee dienstverleners zich kunnen onderscheiden in uw aanbestedingstraject. Ook dat kunt u pas goed doen als u de markt en mogelijkheden door en door kent.

BELANGRIJK: Als inkoper is het belangrijk een marktconforme opdracht te formuleren waarop meerdere schoonmaakbedrijven zich kunnen aanmelden, zodat meerdere partijen een kans krijgen de opdracht te winnen. Ook nu geldt dat u dit alleen kunt doen als u kennis van de markt heeft en weet wat er speelt in de schoonmaakbranche.



VERGROOT UW KENNIS MET EEN MARKTCONSULTATIE

Om te weten wat de mogelijkheden zijn en om te beoordelen welke tarieven daarvoor redelijk zijn, moet u de schoonmaakbranche kennen. Uiteraard komt u een heel eind met vakbladen, internet en met gesprekken met collega's en schoonmaakbedrijven. Als onderdeel van het aanbestedingsproces kunt u echter ook kiezen voor een officiële marktconsultatie. Dit is vooral verstandig als u zeer specialistische vragen of uitdagingen heeft. Moeten specifieke materialen worden schoongemaakt? Geeft de locatie bijzondere uitdagingen om goed schoon te maken? Of heeft u niet goed voor ogen hoe u bepaalde eisen of specificaties scherp en duidelijk kunt verwoorden om verwarring te voorkomen? Een marktconsultatie is een handige manier om deskundige marktpartijen te raadplegen over uw voorgenomen aanbesteding. Met de kennis die u hiermee opdoet, kunt u uw inkoopopdracht optimaal formuleren.

CREËER VOORAF DRAAGVLAK BINNEN UW ORGANISATIE

Bij de inkoop van schoonmaakdiensten spelen veel meer variabelen een rol dan alleen de prijs. Een schoonmaakbedrijf zorgt immers voor een gezonde en schone werkomgeving - en dat vraagt om kwaliteit. Bovendien verdient een schone en prettige werkomgeving zichzelf terug, doordat mensen zich er prettiger voelen. Toch zal niet iedereen binnen uw organisatie er begrip voor hebben als u niet de allergeedkoopste aanbieder kiest. Het is daarom uw taak als inkoper om uw medewerkers en vooral het management in het voortraject bewust te maken van het belang van een goede schoonmaakdienst. Goedkoop is vaak duurkoop - en in de schoonmaakbranche is dat niet anders. Overtuig uw organisatie daarvan vóór u een inkooptraject start, zodat u voldoende draagvlak heeft als blijkt dat de voorkeur inderdaad uitgaat naar een duurdere aanbieder.

TIP! Doe het niet alleen. Om draagvlak te creëren, is het verstandig samen te werken met collega's van verschillende afdelingen en disciplines. Als zij bij de besluitvorming en voorbereiding zijn betrokken, kunt u in een later stadium eerder een akkoord krijgen en een soepele invoering bewerkstelligen. Stel een multidisciplinair team samen dat het gehele inkoop/aanbestedingsproces begeleidt van het in kaart brengen van de wensen tot het opstellen van een programma van eisen en het daaraan koppelen van een budget. Betrek in ieder geval de facility manager (de manager die de schoonmaak gaat aansturen) en huur zonodig externe experts in om kennis aan te vullen die in het team ontbreekt.



BEPAAL DE EXACTE EISEN

Schoonmaakdiensten weten pas wat ze moeten bieden en hoe ze hun werk succesvol kunnen doen als u aangeeft wat uw exacte eisen zijn. Door heldere 'key performance indicators' (kortweg kpi's) op te stellen, geeft u aan wat uw voorwaarden en eisen zijn - en op welke punten de schoonmaakdienst dus wordt beoordeeld. Hoe duidelijker u deze formuleert hoe beter. Een kpi als 'goed schoonmaken' geeft immers ruimte voor discussie. Want wat is 'goed'? U kunt dan beter aangeven dat 'er geen stof op de computerapparatuur mag liggen'. Dat is immers nooit een discussiepunt, het is feitelijk vast te stellen of er stof ligt. Afhankelijk van wat voor uw organisatie belangrijk is, kunt u bijvoorbeeld kpi's opstellen voor de mate van klantgerichtheid, maatschappelijk verantwoord ondernemen, het schoonmaakproces, de communicatie en de tevredenheid van gebruikers, zoals uw medewerkers of relaties. Denk daarnaast aan kpi's voor klachtenafhandeling, rapportage, overleg en bijsturing. Wellicht gaan zaken niet direct perfect. Dan is het goed om helder te hebben hoe verbeteringen kunnen worden doorgevoerd.

TIP! Kies voor prestatie-inkoop. Als u weet wat uw eisen zijn, wilt u dat de schoonmaakdienst simpelweg zo presteert dat deze aan uw eisen voldoet. Prestatie-inkoop is een methode die u helpt een aanbieder te kiezen op basis van prestaties. Bij deze methodiek bestaat de offerte die u ontvangt uiteraard uit een prijs, maar ook uit een 'past performance' opgave en een 'Risk Assessment and Value Added' (kortweg RAVA) plan. Dit plan helpt u aanbieders te selecteren die in ieder geval op papier aan uw eisen voldoen. U kunt deze schoonmaakbedrijven uitnodigen voor een persoonlijk gesprek. Na deze selectieronde kunt u de aanbieders ranken op hun RAVA -plan, past performance, prijs en de inhoud van het gesprek dat u met ze heeft gehad.



DE 3 BELANGRIJKSTE ZAKEN OM OP TE LETTEN

Als overheidsinkoper heeft u te maken met een gespecialiseerde markt als u een schoonmaakbedrijf wilt kiezen. In het voorgaande deel kon u lezen hoe u goed voorbereid een aanbestedingsproces start. De 3 belangrijkste zaken vatten we hier nog eens voor u samen.

KIES VOOR KWALITEIT. Waarschijnlijk gaat het u niet om de inspanning (de exacte handelingen) die een schoonmaakbedrijf levert, maar om het resultaat. Eerder in deze whitepaper kon u al lezen dat bij een dergelijk resultaatgericht contract het gunningcriterium 'Economisch Meest Voordelige Inschrijving' (EMVI) wordt gebruikt. Stel uw criteria daarom zo op dat de factor prijs niet doorslaggevend wordt.

COMMUNICEER HELDER. Het inkopen van schoonmaakdiensten is niet in één dag geregeld. U doorloopt een traject dat bestaat uit verschillende fasen, waarbij u te maken krijgt met verschillende partijen – zowel intern als extern. Zorg ervoor dat u gedurende alle fasen van het inkoopproces goed en open met elkaar blijft communiceren. Voer gesprekken en profiteer van marktconsultaties om uw kennis te vergroten en partijen te betrekken bij uw inkoopproces. Kennis van de markt en heldere communicatie zijn voorwaarden om goed te kunnen inkopen.

BLIJF AFSPRAKEN MAKEN. Als de afspraken zijn gemaakt, is het zaak vinger aan de pols te houden en te sturen op key performance indicators. Een contract is niet bedoeld om in de la te bewaren, maar dient als basis die zonedig moet worden bijgesteld. Maak dus duidelijke afspraken en blijf afspraken maken via regelmatig overleg. Wijzigt het contract? Stel alle betrokkenen daarvan dan ook op de hoogte, zowel intern als extern.

CAREL LURVINK, OMDAT IEDEREEN EEN SCHONE EN VEILIGE WERKOMGEVING VERDIENT

In 125 jaar tijd heeft Carel Lurvink zich ontwikkeld tot een servicegerichte groothandel met een missie; werkomgevingen schoner en veiliger maken. Dit realiseren wij door onze kennis en ervaring in te zetten bij onze klanten en mee te denken over elk vraagstuk. Bedrijven en instellingen kunnen bij Carel Lurvink terecht voor advies over en inkoop van schoonmaak-, schilder- en veiligheidsartikelen, machines, kantinebenodigdheden, gevelonderhoud, kleding en verpakkingsmateriaal. Ook nemen we graag onze maatschappelijke verantwoordelijkheid. We maken bewuste keuzes als het gaat om producten, productiemethoden, mobiliteit en verbruiksartikelen.

VOORRAAD, SNELLE LEVERINGEN EN BESTELGEMAK

Op de hoofdvestiging in Enschede hebben we 12.500 m² magazijnruimte. Dat betekent veel voorraad en snelle leveringen, vaak al binnen 24 uur. Ons warehouse is compleet geautomatiseerd. Wilt u alleen leveringen ontvangen op maandag of moeten wij de voorraad beheren? Dat kan allemaal. Met ons eigen wagenpark leveren we zelfs op afdelingsniveau tot in de werkkast.

Bestellingen worden vooral geplaatst via ons online bestelsysteem Mijn Carel Lurvink. Hier kunnen klanten hun persoonlijke bestelomgeving vergaand aanpassen, zodat bestellingen extra vlot, accuraat en efficiënt verlopen. Voor nog meer bestelgemak is er de Carel Lurvink app, waarmee bestellingen met tablet of smartphone kunnen worden geplaatst. Maar niet alles speelt zich online af, klanten zijn altijd welkom in een van onze servicecenters in Enschede, Hilversum of Winschoten voor advies of het testen van producten en machines.

HEEFT U VRAGEN?

Onze specialisten helpen u graag verder, bel naar **053 - 434 43 43**

of stuur een e-mail naar info@carellurvink.nl.

SINCE 1893