

SCHRIJF JE IN VOOR DE
MASTERCLASS
VIA WWW.ORATOR.NL

HANDBOEK EMVI-ENGINEER



TENDERS WINNEN
MET DE KANSMETHODE 2.0

LUUK VAN DEN EIJK

COLOFON

Tekst : Luuk van den Eijk
Vorm : Freddy van der Meijden
Print : Businessprint
Review : Nelleke en Eefje van den Eijk
Redactie : Lisa van den Eijk

Eerste druk: september 2019
Tweede druk: april 2020
Derde druk: februari 2021
© Orator bv, Nootdorp
www.orator.nl

Dit boek is geschreven voor de Masterclass EMVI-Engineer.
Gebruik de inhoud, want dat is precies de bedoeling.
Maar alles letterlijk kopiëren, dat vindt de uitgever niet fijn.
Noem je de KANS Methode, noem dan ook de bron: dat is Orator bv.
Dankjewel, veel leesplezier!

Luuk van den Eijk

OVER DIT HANDBOEK

DIT BOEK IS EEN WERKBOEK

Gebruik het actief en intensief.

Schrijf, schets en teken er je eigen toevoegingen bij.

Maak je de KANS Methode eigen. Maak 'm ook van jou.

Pas 'm toe, test hoe hij voor je werkt en win tenders. Maar, blijf ook kritisch.

Heb je verbeterpunten? Ik houd me aanbevolen: luukvandeneijk@orator.nl

Want als we kwaliteit samen delen, kunnen we ook samen vermenigvuldigen.

GOED OM TE WETEN

Dit handboek is vooral voor mensen met EMVI-ervaring!*

Je weet als geen ander al hoe je maatregelen SMART maakt.

Je hebt al flink wat EMVI-meters gemaakt, maar je wilt je scores verbeteren.

Je begrijpt dat techniek alléén niet voldoende is voor een onderscheidend plan.

Je snapt: hoe je een plan brengt, maakt een wereld van verschil.

Je bent op zoek naar nieuwe tools en tips om lezers te verrassen, verleiden en veroveren.

En om het winnend vermogen van je tenderteam(s) te upgraden.

Het liefst met een efficiënter proces.

OVERAL KANS

In dit handboek kom je regelmatig voorbeelden tegen die de toepassing van de KANS Methode illustreren. Deze voorbeelden komen veelal uit de bouw- en infrawereld.

Laat je daar niet door misleiden. De KANS Methode is bruikbaar voor elke pitch, offerte en elk plan van aanpak, in iedere sector. Overal waar opdrachtgevers op zoek zijn naar kwaliteit en onderscheidend vermogen.

**EMVI staat voor Economisch Meest Voordelige Inschrijving.*

Een vergelijkbare veel gebruikte term is 'BKPV': Beste Kwaliteit-/Prijs Verhouding.

Dit is hetzelfde principe.

INHOUD



HST 1	INLEIDING: TENDERS WIL JE WINNEN De lat ligt hoog: hoe kun je de waarde van jouw aanpak uitvergroten?	6
HST 2	VAN KANS MODEL NAAR KANS METHODE (LEES WIJZER) Waarom het procesmatig gebruik van een praktisch model een handige methode is.	10
HST 3	HET KANS ROUTEPLAN In 4 stappen naar een winnende inschrijving	16
	 STAP 1 - VISIE Inzoomen op de klantvraag. De ambities, dromen, doelen en zorgen van je opdrachtgever.	18
	 STAP 2 - USP'S Op zoek naar de planpijlers. Je meest wezenlijke uitgangspunten bepalen: de randvoorwaarden voor succes.	20
	 STAP 3 - DE PITCH Verrassen en verleiden. In één A4 komen de crux van vraag, visie, aanpak en beloofd resultaat bij elkaar.	22
	 STAP 4 - EMVI-PLAN Met overtuigingskracht onderbouwen wat je in je pitch hebt beloofd.	24
HST 4	TIPS & TRICS: KWALITEIT TOT IN DETAIL Een palet aan nuances om de kwaliteitsbeleving te versterken.	28
HST 5	VEEL GESTELDE VRAGEN (EN ANTWOORDEN) Over wat je je kunt afvragen bij het gebruik van de KANS Methode.	32
HST 6	PRESTATIE-ONDERBOUWING Verzilverde inzichten in projecten.	38
HST 7	DE BEDENKER VAN DE METHODE Over de rode draad in het carrièrepad van de auteur.	42



TENDERS WIL JE WINNEN

Wie klanten voor zich wil winnen, is op zoek naar tools, argumenten en methoden om aanbiedingen onderscheidend en overtuigend voor het voetlicht te brengen. Je wilt de concurrent daarbij natuurlijk zo ver mogelijk achter je laten. Je wilt je klant verrassen met een prikkelende belofte, verleiden met een herkenbare, onderscheidende aanpak en veroveren met een waterdichte onderbouwing. Om dat te kunnen doen, moet je wat hobbels overwinnen!

Opdrachtgevers willen kwaliteit In de offerte-aanvraag of de aanbestedingsleidraad zien we namelijk dat de opdrachtgever ook op zoek is. Naar een scherpe prijs, maar vooral ook naar hoge kwaliteit. De beoordelingsmethodiek richt zich op het vinden van de Economisch Meest Voordelige Inschrijving (EMVI) of Beste Kwaliteit/Prijs Verhouding (BKPV). De basisgedachte hierbij is dat niet alleen de prijs meeweegt, maar dat ook de geboden kwaliteit wordt gewaardeerd en beloond. De punten die aan kwaliteit worden toegekend, worden namelijk uitgedrukt in een economische waarde. Deze wordt vervolgens ‘kunstmatig’

in mindering gebracht op de inschrijfprijs van de aanbieder. Hoe hoger de geboden kwaliteit, hoe lager de fictieve ‘netto’ inschrijfsom. Deze beoordelingsmethodiek voorkomt dat de opdracht automatisch aan de inschrijver met de laagste absolute prijs wordt gegund. Wie een hoge kwaliteit biedt, kan daarmee in principe ook een wat hogere prijs vragen. Dat lijkt volkomen terecht en interessant, maar er schuilt ook een ‘gevaar’ in. Want hoe herken en beoordeel je als opdrachtgever de geboden kwaliteit? Daarmee kom je automatisch op de vraag: hoe maak je kwaliteit duidelijk herkenbaar en gemakkelijk te beoordelen?

Voldoen is verliezen De beoordelingsmethodiek is er natuurlijk op gericht om inschrijvingen onderling goed en eerlijk te kunnen vergelijken. Eisen, beoordelingscriteria, de te behandelen aandachtspunten, de mate waarin kwaliteit (EMVI-waarde) wordt gewogen, zelfs het aantal in te dienen pagina’s is – inclusief lettertype en witruimte rondom de tekst – meestal gedefinieerd en gemaximeerd. Wie niet voldoet, valt af. Wie wel voldoet, maar geen toegevoegde waarde biedt, krijgt een 6 of zelfs geen punten.

De lat ligt hoog Wat dit alles extra spannend maakt, zijn drie dingen:

- Eén: het is niet altijd gemakkelijk om je inhoudelijk met een aanpak te onderscheiden. Je biedt niet altijd ‘rocket-science’. Verder kan een gegeven plafondprijs je soms in de weg zitten of sluit een specifiek eisenpakket bepaalde maatregelen uit.
- Twee: als planschrijver worstel je sowieso al met de beperkt beschikbare ruimte en tijd alle voorgeschreven items SMART te behandelen: je vindt alles even belangrijk.
- Drie: een aanpak technisch inhoudelijk uitwerken is je dagelijks brood. Maar een aanpak ‘verkopen’, daar heb je bijzondere (commerciële) skills voor nodig. Die heeft niet iedereen zomaar onder de knie.

Welke keuzes maak je Het spanningsveld tussen voldoen aan eisen en vinden van herkenbare en gemakkelijk te beoordelen toegevoegde waarde, kan best lastig zijn. Daarbij komt dat technisch specialisten van nature geneigd zijn altijd te blijven zoeken naar nóg betere oplossingen. De combinatie van deze twee dingen kan ervoor zorgen dat het tenderproces blijft ‘zigzaggen’ en dat definitieve uitvoeringskeuzes pas op het allerlaatste moment – namelijk kort voor het indienen van de inschrijving – worden gemaakt. Voor de EMVI-schrijvers betekent dit vaak dat zij moeten worstelen met planversies die voortdurend en rigoureus blijven veranderen. Als het tenderproces op die manier verloopt, werkt dat meestal niet in het voordeel van de kwaliteit van de inschrijving.

Tenderteams hebben behoefte aan richting en houvast. Daarom zien we vaak dat – terwijl er nog druk wordt gezocht naar technische oplossingen – de neiging ontstaat om alvast aan de slag te gaan met bestaande teksten uit eerdere succesvolle inschrijvingen. “Dan hebben we in ieder geval iets om alvast op te schieten”, is een veelgehoorde uitspraak. Maar pas op: tekstversies gaan vaak een eigen leven leiden tijdens het tenderproces. Neem liever eerst wat extra tijd om de projectvisie en tenderstrategie op orde te krijgen. Dan begin je bij de basis, wat alleen maar in het voordeel van de kwaliteit van het proces en de aanbieding werkt!

EMVI-Engineers gevraagd Op het moment dat het je als tenderteam lukt aan de voorkant van het proces tot een duidelijke, gedragen projectvisie te komen, vloeien daar meestal ook relatief snel strategische keuzes en bijbehorende topmaatregelen uit voort. Het gevolg is dat je 'planpijlers' al vroegtijdig kunt vaststellen, waarmee de meest kenmerkende aspecten van de projectaanpak voor alle betrokkenen, duidelijk zijn. Vanaf dat moment kunnen alle overige maatregelen en planonderdelen op een efficiënte manier verder worden uitgewerkt. De zoektocht is drastisch ingekort en de verdere productieactiviteiten kunnen ontspannen en met de juiste aandacht worden afgerond. Als je jouw tenderproces op deze manier wilt doorlopen, vraagt dat wel iets van je. Ik noem het: EMVI-Engineering.

Winnen met de KANS Methode EMVI-Engineers beheersen de KANS Methode. Ze zijn in staat om al kort na de start van de tender tot een gedeelde projectvisie, onderscheidende planpijlers en een duidelijke planstructuur te komen. En om tijdens het verdere proces vast te houden aan gemaakte keuzes en de inschrijving op een logische manier op te bouwen en te perfectioneren. Elke geboden maatregel is op een herkenbare manier gekoppeld aan de projectvisie en kan hierdoor gemakkelijk worden gevalideerd. De geboden kwaliteit is hiermee voor de beoordelaar niet alleen zichtbaar, maar ook toetsbaar en 'optelbaar'. Hij krijgt de 'meerwaarde' op een presenteerblaadje aangeboden.

Het gebruik van de KANS Methode 2.0* verhoogt de kwaliteit van de inschrijving en daarmee de kans op scores. De bereikte efficiency in het tenderproces geeft rust in de organisatie en verlaagt de kosten. Bovendien: tenders worden steeds leuker, want de winkansen nemen toe. En, wat is er nu mooier om de levensader van de organisatie telkens opnieuw te voeden met mooie projecten?

* De KANS Methode bestaat sinds 2009 en is op basis van 10 jaar ervaring in 2019 doorontwikkeld tot een 2.0 niveau.

WAT DOET DE KANS METHODE VOOR JE?

Hij 'dwingt' je vanuit klantperspectief te werken, denken en schrijven Experts laten zich graag verleiden al tijdens het lezen van een aanbestedingsleidraad te zoeken naar technische oplossingen. Hoe goed deze misschien ook kunnen zijn, begin bij de klant. Wie is hij? Welke ambities en zorgen heeft hij? Waar is hij nu precies naar op zoek? Hoe kun je je daarbij onderscheiden?

Hij helpt je voorin het proces de visie, doelen en (meer)waarden te definiëren De klant is niet (alleen) op zoek naar een oplossing. Hij is vooral ook benieuwd naar de achterliggende redenen en de ervaringen, die achter de gekozen oplossing schuil gaan. Hoe kijk jij als expert naar de opgave? Welke projectdoelen zie je? Welke kwaliteits(voor)waarden stel jij zelf aan je proces en product? Waarom? Hoe valideer je of jouw maatregelen concreet bijdragen?

Hij ondersteunt je bij het navigeren, sturen en scoren op kwaliteit Een projectaanpak valt vaak uiteen in verschillende maatregelen. Vooral de onderscheidende topmaatregelen bepalen het succes van het project. Zij gaan over wat je vooral waarom gaat doen (of laten). De overige maatregelen vervullen vaak een aanvullende rol. Wat zijn de strategische topmaatregelen die jouw aanpak het meest kenmerkend en onderscheidend maken?

Hij brengt structuur en efficiency in het tenderproces en de inschrijving Een expert is in staat de projectdoelen en benodigde toegevoegde waarde van zijn aanpak, al voorin de inleiding van zijn inschrijving met weinig woorden te definiëren. Maar, hoe modeller je vanaf dag één van een tender jouw hele inschrijving op zo'n manier, dat je de leidraad volgt en tegelijkertijd vanaf de eerste dag een eigen structuur inbrengt? Hoe stuur je daarbij consistent op valideerbare kwaliteit?

Hij laat je klant knikken Wat is er nu mooier dan een klant die zich herkent in jouw visie? Iemand die aangenaam door jou wordt verrast en die niet kan ophouden met knikken? Omdat hij, hoe langer hij luistert of leest, verleid en veroverd wordt met een onderscheidende aanbieding? Met een aanpak die staat als een huis en die de concurrentie doet verbleken? De KANS Methode verrast, verleidt en verovert. Je klant blijft knikken!

