

Handleiding Collectieve Inkoopactie

Inleiding

Doel van deze handleiding is om energie-initiatieven op weg te helpen bij het organiseren van een Collectieve Inkoopactie voor maatregelen om woningen te verduurzamen. Waarom een initiatief deze taak op zich zal nemen wordt hier onder nader toegelicht. Er wordt daarna aandacht besteed aan een aantal onderwerpen, aan de hand van een aantal vragen:

Keuze 1: Welke maatregelen wil je aanbieden?

Keuze 2: Wil je de leveranciers zelf selecteren of laten selecteren?

Keuze 3: Welke criteria hanteer je voor de selectie van een leverancier?

Keuze 4: Kies je voor een of meerdere leveranciers per maatregelen?

Keuze 5: Wil je de aanmelding en backoffice zelf verzorgen of uitbesteden?

Keuze 6: Wat wordt de looptijd van de collectieve actie?

Keuze 7: Hoe kunnen we de collectieve inkoopactie promoten?

Keuze 8: Hoe richt je een aanmeldpagina op de eigen website en/of JHS in?

Tot slot zijn er een aantal bijlagen toegevoegd, waar naar verwezen wordt in de tekst.

Waarom een collectieve inkoopactie?

Eigenaar-bewoners kunnen steviger op weg geholpen worden door informatie over het verduurzamen van hun woningen te combineren met een collectieve inkoopactie. Een collectieve inkoopactie kan eigenaar-bewoners ontzorgen:

- het helpt hen op weg in de jungle van leveranciers en versnelt zodoende het keuzeproses van de bewoner,
- garandeert een kwalitatieve en prijsmatig (met collectief aanbod) goede aanbieder,
- en kan ook een oplossing bieden en aansluiten bij de problematiek van een specifiek soort woning (qua bouwjaren of type woning).

Welke maatregelen?

Keuze 1: Welke maatregelen wil je aanbieden?

De collectieve inkoopactie kan plaats vinden voor een reeks van verschillende soorten maatregelen (van isolatie tot zonnepanelen en warmtepompen). De huidige RRE-subsidie sluit het beste aan bij isolatiemaatregelen, waarbij de schil rondom goed geïsoleerd wordt. Denk hierbij aan:

- vloer- en bodemisolatie
- spouwisolatie
- glasisolatie

En hoe zit het dan met kozijnen en dakisolatie (denk hierbij aan isolatie vanaf de binnenkant)?

Voor dakisolatie is geen standaard aanpak aan te bieden, aangezien er weinig zolders zijn die nog niet vertimmerd zijn met gipsplaten e.d. en dat goede isolatie erg afhankelijk is van wat er al zit i.v.m. het voorkomen van toekomstige vochtproblemen. Deze maatregel is tevens zeer kostbaar en teveel maatwerk en valt dan ook meestal af voor een collectieve inkoopactie.

We adviseren dakisolatie niet in deze actie mee te nemen, omdat het lastig is voor een grote variatie aan woningen een standaardoplossing aan te bieden.

Nieuwe kozijnen (meestal kunststof) bieden de kans om triple glas te plaatsen. De meerprijs vergeleken met HR++-glas is relatief klein bij het combineren met nieuwe kozijnen. Kozijnen zijn een grote investering, veelal ook maatwerk, waar echter nauwelijks collectief voordeel qua prijs op te

behalen is. Kozijnen meenemen in het aanbod voor bewoners werkt ontzorgend, als men zo een kwalitatief en betrouwbaar aanbod kan ontvangen. Overweeg dus of het gaat om alleen ontzorgen of ook om een collectief prijsaanbod.

Er zijn nog andere maatregelen waarbij het zeker zinvol kan zijn om een collectieve inkoopactie aan te bieden, namelijk o.a. zonnepanelen op eigen dak, warmtepompen, evt. ventilatiesystemen, maar deze vallen in de RRE-subsidie buiten beschouwing.

Aanpak collectieve inkoopactie

Er zijn een aantal aanpakken mogelijk voor de inkoopactie:

1. Zelf organiseren.
2. Benutten van het regionale energieloket JouwHuisSlimmer (JHS):
 - a. Gehele actie aan JHS uitbesteden: keuze leveranciers, actiepagina en back office.
 - b. Zelf leveranciers kiezen, maar actie-/aanmeldpagina en back office aan JHS uitbesteden.

Aan het benutten van JHS hangt een prijskaartje, versie december 2019, zie bijlage 1. Het opdracht-formulier is in bijlage 2 te vinden.

Leveranciers

De te maken keuzes en overwegingen zijn:

Keuze 2: Wil je de leveranciers zelf selecteren of laten selecteren?

- Het selecteren van leveranciers. De selectie kan uitbesteed worden aan het regionale energieloket JouwHuisSlimmer.nl (JHS). Dan worden er afspraken met JHS gemaakt en gaan zij aan de slag met het selecteren van een leverancier die bij hen ingeschreven staan. Dit kunnen gespecialiseerde bedrijven zijn of een soort "makelaar", die weer met onderaannemers werkt.

Ervaring in de regio leert dat het handig is om met leveranciers te werken waarmee een kort lijntje gehouden wordt, om bewoners zo optimaal van dienst te kunnen zijn, bij klachten en voor betrokkenheid. Het is handig om leveranciers te benutten die qua aanbod aansluiten op de behoeften van de woningen in een wijk of in de gemeente. Dit alles pleit voor het zelf selecteren en maken van afspraken met leveranciers. Wel is het belangrijk om hier deskundige vrijwilligers (energie-ambassadeurs) bij te betrekken.

Keuze 3: Welke criteria hanteer je voor de selectie van een leverancier?

De criteria die we aanraden om mee te nemen zijn:

- Certificatie (aangesloten bij INSULA of KOMO-SKG (van VENIN)) voor die specifieke maatregel én het gebruikte materiaal
- Kwaliteit
- Nabijheid
- Referenties
- Prijs
- Duurzaamheid isolatiemateriaal

Toelichting:

Voor een aantal maatregelen is certificatie essentieel, mochten er later klachten zijn. Denk hierbij bv aan spouwmuren. Het is erg belangrijk om op te letten of de leverancier ook specifiek voor het aangeboden materiaal gecertificeerd is.

Het is handig om te kiezen voor een leverancier die met zijn oplossingen kan aansluiten op de

specifieke omstandigheden/problematiek van de woningen in de specifieke wijk of gemeente. Denk aan spouwmuren, waarbij niet één standaardvulling geschikt is voor het (na)vullen van alle spouwen. Het is dan klantgericht om een leverancier te kiezen die meerdere opties beschikbaar heeft en voor allen gecertificeerd is.

Om kwaliteit te testen kan het zinvol zijn expertise te betrekken.

Om CO₂-uitstoot verder te verminderen is reisafstand van de leverancier van belang, dus hoe lokaler hoe beter.

Referenties kunnen opgevraagd worden. Uitwisseling van ervaringen tussen energie-initiatieven is hierbij ook een optie. Daartoe zou het wel handig zijn als er na een collectieve inkoopactie ook steekproefsgewijze evaluatie van klanttevredenheid gedaan zou worden.

Nederlanders zijn erg gevoelig voor een goede aanbieding. Vraag een collectieve korting die voor alle deelnemers geldt. (Dus geen staffelkorting, dat is niet praktisch, mensen weten dan niet wat de prijs wordt en haken minder snel aan. Zeker voor een langdurige actie werkt het niet om te moeten wachten tot een minimum aantal deelnemers zich aangemeld heeft.)

Denk bij de keuze voor leveranciers en materialen ook aan de wereld van morgen. Een kruipruimte volgeschoten met pur of parels is onhandig (men kan niet bij de leidingen komen) en geeft een hoop onbruikbaar -niet recyclebaar- afval als het weer verwijderd moet worden. Een folie-oplossing is dan vriendelijker en beter recyclebaar.

Bij het vinden en selecteren van aanbieders is het zinvol om een vooronderzoek te doen. Wat is de lokale situatie? Om wat voor woningen gaat het? Welke oplossingen zijn hier mogelijk? Welke maatregel, welk materiaal? Welke leveranciers passen hier bij? Waar moet de leverancier aan voldoen? Presenteer deze informatie ook aan de bewoners, zowel op de website als op een informatieavond. Informeer bewoners over het waarom van de keuzes die gemaakt zijn. Wees zo transparant mogelijk.

Keuze 4: Kies je voor een of meerdere leveranciers per maatregelen?

Als het doel is om de bewoner te ontzorgen dan is een aanbod voor één goede leverancier (per isolatiemaatregel en soms per materiaal) de duidelijke keuze. Vooral als dit onderbouwd wordt met een duidelijke argumentatie op de website. De bewoner vertrouwt er dan op dat er voor hem/haar een goede selectie is gedaan. Vergelijk het met winkelen in een Lidl of Aldi, waarbij er vaak maar een keuze is per product. Dit ontzorgt en maakt besluiten eenvoudig. Vaak zal de bewoner elders nog wel een aanvraag doen ter vergelijking. Voordeel van het aanbod van het energie-initiatief kan zijn dat de keuze op een belangeloze en commissieloze basis wordt gemaakt, liefst door deskundige vrijwilligers, en dus vertrouwen geeft bij de bewoner, die zelf deze deskundigheid niet in huis heeft.

Aanmelding en backoffice

De back office, de administratieve afhandeling, is het grootste deel van het werk, namelijk het verwerken van meldingen, doorgeven aan leveranciers, het volgen van de klantreis en de follow up doen.

Keuze 5: Wil je de melding en backoffice zelf verzorgen of uitbesteden?

Hier zijn een aantal opties voor:

1. Bij zelf organiseren met één aanbieder. Als men niet meer dan één aanbieder heeft dan kan men dit zelf organiseren met een simpel meldformulier gemaakt met Google Forms, dat de meldingen wegschrijft in een Excel. De aanbieder heeft dan toegang nodig tot deze Excel zodat hij de meldingen in zijn eigen systeem kan overnemen. De verdere afhandeling van de klantcontacten kan dan verzorgd worden door de aanbieder, dus vragenlijst over situatie, inplannen huisbezoek,

offerte etc. Vraag de aanbieder maandelijks de status van offertes en uitvoering te rapporteren. Vereisten hierbij zijn het maken van goede afspraken met de aanbieder/uitvoerder over klantafhandeling. Bij meerdere aanbieders werkt dit systeem niet. Dan zullen aanbieders geen toegang kunnen krijgen tot de klantgegevens i.v.m. privacy bescherming van klanten. Dit betekent veel administratief werk voor het initiatief en haar vrijwilligers.

2. Bij zelf organiseren met één of meerdere aanbieders. Met een goed administratief systeem als Econobis (van Energie Samen voor energiecoöperaties) kan men de aanmelding en back office prima zelf organiseren. Dit heeft vooral zin als je dit systeem al in huis hebt, dit zal voor het geval zijn bij energiecoöperaties. Zo niet, dan zijn hier aanschaf- en jaarlijkse kosten aan verbonden.

3. Uitbesteden met één of meerdere aanbieders. Is een systeem als Econobis niet voorhanden en/of zijn er meer aanbieders dan is het handig om de aanmeldpagina en back office aan Jouwhuisslimmer.nl uit te besteden. JHS verzorgt het hele proces van aanmelding, het volgen van de klantreis tot aan de evaluatie. Men kan afspreken dat het initiatief ook alle aanmeldingen automatisch doorgestuurd krijgt, zodat men real-time op de hoogte is van aantallen en NAW-gegevens ontvangt voor nieuwsbrief en klantevaluatie (zie ook onder keuze 8).

Helaas geldt de evaluatie door JHS alleen voor de bewoners die de maatregel ook daadwerkelijk door de leverancier hebben laten uitvoeren, niet voor de bewoners die om wat voor reden dan ook nee hebben gezegd. Dit moet men -als initiatief- dan zelf nader onderzoeken. Ook blijkt er door bewoners nauwelijks op de evaluatiemail gereageerd te worden. Zelf de evaluatie doen (bv m.b.v. Google forms) levert daarentegen een schat aan informatie op over de inkoopactie.

Looptijd actie

Keuze 6: Wat wordt de looptijd van de collectieve actie?

Een korte actie of een langlopende actie? Ervaring leert dat een succesvolle actie veel promotie vraagt. Dit heeft veel inzet en tijd nodig. Een zekere tijdsdruk kan helpen om de beslissing voor een offerteaanvraag snel te doen en het niet te laten liggen. Daarentegen moeten mensen een boodschap vaak meerdere keren horen (in de marketing zegt men 7x), voordat ze tot actie over gaan. Ook spreekt een actie zich langzaam rond, op feestjes en van buur tot buur. Dit laatste pleit voor een langdurigere periode om zich aan te kunnen melden. Overweeg daarbij de actie in eerste instantie ca. 2 maanden te laten lopen (om een zekere druk te creëren) en daarna de actie eventueel nog met 1 maand of langer te verlengen.

Daarnaast is het seizoen ook van belang. Van maart/april tot juni heeft nog zin. In de zomermaanden zijn mensen met andere zaken bezig. Dan is september-december een betere periode.

Promotie

Keuze 7: Hoe kunnen we de collectieve inkoopactie promoten?

Doel is dat bewoners zo vaak mogelijk met de actie worden geconfronteerd zodat ze uiteindelijk tot actie over gaan. Hier zijn verschillende kanalen voor mogelijk:

- Een informatieavond met de start van een collectieve inkoopactie combineren, incl. markt met leveranciers.
- Vervolg thema-avonden met thema's aansluitend op inkoopactie, met wederom markt
- Buurtevent lokaal in een wijk
- Op de eigen website
- Gemeente vragen de inkoopactie en informatieavond in hun communicatie te ondersteunen, zoals via hun pagina in het lokale huis-aan-huisblad en hun facebookpagina

- Online mailing naar leden of belangstellenden
- Lokale media (krantjes, omroep, wijkblad etc)
- Sociale media (Facebookpagina en lokale Facebookgroepen, Twitter, Instagram, LinkedIn, Nextdoor, Whatsapp)
- Betaalde promotie via Facebook: dit kost relatief weinig (paar tientjes) en lijkt wel te helpen vooral om mensen beneden de 50 te bereiken die niet snel naar een avond komen en die vaak ook geen huis-aan-huis krant lezen.
- Posters en flyers in openbare ruimten (gemeentehuis, bibliotheken, wijkcentra, sportclubs, scholen etc.) en winkels (supermarkten, bouwmarkten, boekhandels, duurzame winkels etc)
- Gerichte papieren mailing van gemeente aan bewoners
- Flyeren in bepaalde wijk
- Mond-op-mond reclame, zoals deelbare whatsapp berichten, persoonlijke uitnodiging door vrijwilligers per mail, praatje met de burens, mondelinge oproep op avond in de sportclub etc.

De promotie van informatieavond kan ook aan JHS uitbesteed worden. Bedenk dat je eigen organisatie waarschijnlijk gericht en effectiever bewoners lokaal kan bereiken.

De combinatie van een informatieavond, waarbij onafhankelijke informatie en educatie over isolatiemaatregelen voorop staat, met een collectieve inkoopactie levert inwoners een betere basis om keuzes te kunnen maken. Bewoners vinden het vaak al lastig om te achterhalen op welke grond ze voor een maatregel, materiaal en/of leverancier zouden moeten kiezen. Het hierin ondersteunen door eenvoudige kennis aan te bieden, levert hen meer houvast en een betere positie ten opzichte van leveranciers waar ze mee in gesprek gaan in dit keuzeprocess.

Inrichten aanmeldpagina

Keuze 8: Hoe richt je een aanmeldpagina op de eigen website en/of JHS in? (zie ook bijlage 3)

Op de eigen website kun je een aanmeldpagina inrichten. Deze kan ofwel doorlinken naar google forms (bij maximaal één aanbieder) of de aanmeldpagina van JHS.

Bij het inrichten van de aanmeldpagina op de JHS-website zal je een standaardtekst van JHS ontvangen. Deze kun je zelf aanpassen aan je lokale wensen. Bedenk dat het handig is om bewoners zo goed mogelijk te informeren over wat ze kunnen verwachten qua proces als ze eenmaal aangemeld zijn.

Vermeld op de aanmeldpagina evt ook dat men zich tegelijk aanmeldt voor uw nieuwsbrief. Zo kan je je mailinglijst uitbreiden met belangstellenden voor je toekomstige activiteiten.

Leveranciers en bewoners kunnen ontzorgd worden door op de aanmeldpagina al een reeks van mogelijke inspectiedata op te nemen. JHS kan de aanmeldpagina hiervoor aanpassen. Vraag vooraf mogelijke data op bij de leverancier en laat JHS ze opnemen op de site. De bewoner kan bij aanmelding dan aangeven wanneer de leverancier op inspectie kan komen. De leverancier hoeft dan alleen een van deze data te bevestigen. Dit scheelt veel mailverkeer tussen leverancier en bewoner.

In bijlage 3 is een voorbeeld van een aanmeldpagina op JHS opgenomen, inclusief deel van uitklapmenu met data.

Als de aanmeldpagina gereed staat en live is, doe dan zelf ook even een test of deze naar behoren werkt. Komt de aanmelding binnen? Bij JHS: krijgt de leverancier de aanmelding binnen? En krijg je als energie-initiatief ook een kopie?

NMU-advies:

Kies zelf de leveranciers en, afhankelijk van het aantal aanbieders, werk met eigen aanmelding via google forms of benut de aanmeld-/actiepagina en back office van JouwHuisSlimmer (menukaart opties 2 en 6).

Als er nog vragen zijn n.a.v. deze handleiding, neem dan contact op met NMU.

Succes!

***Bijlage 1 – Menukaart - Jouwhuislimmer.nl – versie december 2019
zie losse pdf - Inkoopacties organiseren JHS***

***Bijlage 2 – Opdrachtformulier ondersteuning inkoopacties - Jouwhuislimmer.nl
zie losse pdf***

***Bijlage 3 - voorbeeld aanmeldpagina jouwhuislimmer.nl
zie pagina 7***

Bijlage 3 - voorbeeld aanmeldpagina jouwhuislimmer.nl

Inkoopactie woningisolatie ...naam initiatief...

Schrijf je in en doe mee!

Delen:

Wil je een start maken met het verduurzamen van je woning? Wil je besparen op je energieverbruik of heb je een hoge energierekening? Dan is dit een interessante actie voor jou. Schrijf je tot ...datum... in voor de woningisolatie inkoopactie door het formulier onderaan deze pagina in te vullen.

.....naam initiatief..... organiseert samen met een aantal bedrijven een inkoopactie voor woningisolatie voor inwoners uit de gemeente ...naam..... De inkoopactie is bedoeld voor huiseigenaren die een eerste stap willen zetten richting een goed geïsoleerd, comfortabel en duurzaam huis, of die gewoon een lagere energierekening willen. Via deze inkoopactie ontvang je scherpe en vrijblijvende offertes. Het gaat om onderstaande leveranciers met de volgende maatregelen:

.....naam bedrijf.....:

– Bodemfolie en vloerisolatie (...link naar prijzen op pdf..)

...naam bedrijf.....:

– Spouwmuurisolatie (...link naar prijzen op pdf...)

...naam bedrijf.....:

– Glasisolatie (...link naar prijzen op pdf...)

Waarom meedoen?

- Je huis wordt een stuk comfortabeler.
- Je energierekening daalt.
- Na een bezoek aan huis en gedegen advies weet je precies wat er mogelijk is.
- ... naam initiatief.... Houten heeft de uitvoerders geselecteerd op basis van prijs, kwaliteit én ervaring. Alle bedrijven zijn voor de aangeboden maatregelen gecertificeerd. Hierdoor is het aanbod dat je ontvangt betrouwbaar én betaalbaar.
- Deelname is vrijblijvend: jij bepaalt aan de hand van de offerte of je gaat verduurzamen.

Heb je interesse in één of meerdere maatregelen? Dan komt er een adviseur van het betreffende bedrijf bij jou thuis langs. De adviseur bekijkt de woning. Aan de hand van dit bezoek kan hij je vertellen wat de mogelijkheden zijn en zal hij je een passend aanbod doen.

Hoe kan ik meedoen?

- Vul het formulier in onderaan deze pagina. ...datum.... is de laatste dag dat inschrijving mogelijk is. Je gegevens worden direct doorgegeven aan ...naam initiatief....., Jouw Huis Slimmer en de leveranciers.
- Je geeft aan voor welke maatregel(en) je een offerte wilt krijgen.

- De leverancier(s) neemt binnen een week contact met je op om een bezoek aan huis in te plannen.
- Na het bezoek ontvang je een advies met bijbehorende vrijblijvende offertes.
- Je beslist vervolgens zelf of je gebruik maakt van het aanbod.
- Bij inschrijving ontvang je ook de nieuwsbrief vannaam initiatief..... Hiervoor kun je je ten allen tijde weer afmelden.

Heb je vragen over de inkoopactie? Neem dan contact op met ...naam initiatief.....: ...email-adres....

- Naam

Voornaam Achternaam

- Adres

Straat + huisnummer Stad Postcode

- Telefoon

- E-mailadres

- Ik wil dat de leverancier contact met mij opneemt voor een offerte voor:

- Bodemfolie en vloerisolatie
- Spouwmuurisolatie
- Glasisolatie
- Kunststof kozijnen

- Voorkeursdatum voor bodemfolie en vloerisolatie

- 16 jan
- 22 jan
- 27 jan

- Toestemming

- Ik geef toestemming dat de bovenstaande gegevens worden doorgestuurd naar de leverancier ennaam initiatief....

Verstuurknop