

7 Schritte zu einer erfolgreichen Ausschreibung (RFP)

Die Suche nach dem richtigen Mobilitätsanbieter für Ihr Unternehmen hängt davon ab, ob Sie die Fähigkeiten, Erfahrungen und Kapazitäten eines Bieters wirklich verstehen – und ob seine Kultur mit Ihrer eigenen übereinstimmt. Wie können sich Unternehmen erfolgreich aufstellen? Befolgen Sie diese sieben einfachen Schritte zur Erstellung einer zielgerichteten, effektiven Ausschreibung (RFP):

01

Die richtigen internen Interessenvertreter identifizieren und einbinden

Interne Abteilungen haben unterschiedliche Erwartungen; beziehen Sie bei der Gestaltung und Evaluation der Ausschreibung die richtige Vielzahl von Interessengruppen ein, um sicherzustellen, dass alle Herausforderungen, Bedürfnisse und Meilensteine erfüllt werden.



02

Viel Zeit einplanen

Geben Sie den Bietern ausreichend Zeit, ihre Antworten zu erstellen; so erhalten Sie gründliche Antworten, die innovativer und individueller sind – und die internen Teams haben mehr Zeit, wohlunterrichtete Entscheidungen zu treffen.



03

Die Liste Ihrer Kandidaten filtern

Betreiben Sie Recherche, um Ihre Liste von vornherein auf die Bieter zu beschränken, die eher zutreffen; dies gibt Ihren internen Auswertern mehr Zeit, weniger, aber zielorientierte Antworten zu prüfen.



04

Einzelheiten zu Ihrem Mobilitätsprogramm angeben

Wenn Sie über Details zu Richtlinien, Bewegungsmustern, historischen Leistungen und anderen wichtigen Datenpunkten verfügen, können die Kandidaten maßgeschneiderte Antworten geben, die auf die Bedürfnisse Ihres Unternehmens zugeschnitten sind.



05

Nachweisgestützte Antworten anfordern

Fragen, die zu tatsächengestützten, messbaren Antworten führen, helfen Ihrem Unternehmen zu bestätigen, dass potenzielle Anbieter Ihre Einstellung teilen.



06

Auswirkungen von Drittanbietern berücksichtigen

Schaffen Sie einen Rahmen dafür, wem die Verwaltung/Verantwortung für vom Unternehmen angewiesene Drittanbieter zusteht, um Klarheit zu schaffen und unzureichende Ergebnisse zu vermeiden.



07

Mehr als nur den Preis überprüfen

Ein niedriger Preis bedeutet oft eine geringere Servicequalität – und die Leistungsquoten haben langfristige positive oder negative Auswirkungen auf das Geschäftsergebnis eines Unternehmens.



Wenn Sie einen tieferen Einblick in bewährte Verfahren, Herausforderungen und Lösungen bei der Durchführung einer Mobilitätsausschreibung suchen, lesen Sie unser aktuelles Whitepaper auf SIRVA.com oder kontaktieren Sie uns direkt unter concierge@sirva.com.