

**Aanbesteding:** EA Mediabureaus  
**Aanbestedende Dienst:** Landstede Groep  
**Referentie:** ET-112020-EAMEDIA

**Toelichting:**

**Ref.nr.**                    **Onderwerp:**  
1                            Omschrijving en omvang van de opdracht

**Vraag:**  
Welke offline campagnes zijn meer en minder succesvol ingezet de afgelopen jaren?

**Antwoord:**  
We kunnen niet aangeven welke campagnes meer en minder succesvol zijn, omdat offline campagnes niet meetbaar zijn.

**Percelen:**                    P2 Offline  
**Beantwoord op:**            02-03-2021  
**Label:**                        Inhoud

**Ref.nr.**                    **Onderwerp:**  
2                            Omschrijving en omvang van de opdracht

**Vraag:**  
Kunnen jullie aangeven of jullie tevreden zijn met de offline acties die in het verleden zijn uitgevoerd rondom de open dagen?

**Antwoord:**  
Ja, wij zijn tevreden.

**Percelen:**                    P2 Offline  
**Beantwoord op:**            02-03-2021  
**Label:**                        Inhoud

**Ref.nr.**                    **Onderwerp:**  
3                            K3 - Hoe wordt het budget ingezet?

**Vraag:**  
Het beschikbare budget is hier € 15.000. Is het de bedoeling dat dit bedrag wordt ingezet voor alle VO scholen en regio scholen (zie bijlage G en H) voor BEIDE open dagen? Dat zijn 14 afzonderlijke scholen en het gestelde budget is dan € 15.000 inclusief BTW voor deze 14 scholen voor twee open

dagen. Is deze aanname juist?

**Antwoord:**

Dit is voor 1 open dag, maar wel voor alle vo-scholen.

**Percelen:** P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

4

**Onderwerp:**

K3 - Hoe wordt het budget ingezet?

**Vraag:**

Dienen wij ons aan de actuele prijzen te houden van de diverse media? Dit zou betekenen dat enkele middelen niet in de overweging kunnen worden meegenomen.

**Antwoord:**

We werken in principe met vaste budgetten. Je mag een voorstel geven wat voor het gestelde budget haalbaar is. Je mag daarnaast ook met een aanvullend voorstel komen om vanuit jullie expertise aan te geven wat een optimale campagne is, zodat wij de doelgroep goed kunnen bereiken.

**Percelen:** P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

5

**Onderwerp:**

K3 - Hoe wordt het budget ingezet?

**Vraag:**

Hoe beoordeelt u of de prijzen van de media-inzet realistisch zijn? Omdat deze inkooprijzen geen onderdeel zijn van het uiteindelijke contract, kunnen in de offertefase hogere kortingen worden opgevoerd dan in werkelijkheid mogelijk is.

**Antwoord:**

Hiervoor gelden de volgende waarborgen:

- Hetgeen u offreert in uw uitwerking van de casus wordt onderdeel van de overeenkomst. Afwijkende tarieven/kortingspercentages zijn dan ook niet toegestaan.
- Eis 2 van het PvE stelt: prijzen zijn transparant en controleerbaar. Tijdens de uitvoering van de overeenkomst verifiëren wij de uitvoering van de overeenkomst.
- Uw inschrijving dient realistisch en marktconform te zijn. Realistisch en

marktconform houdt in dat een eerlijke, kostendekkende en in de markt gebruikelijke prijs wordt ingediend. De ingediende opslagpercentages en prijzen vormen de basis voor een uitvoerbare overeenkomst.

- Het is niet toegestaan om een manipulatieve of abnormaal lage inschrijving in te dienen (Zie bijlage A).

**Percelen:** P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 6  
**Onderwerp:** Regio Scholen

**Vraag:**

De verschillende scholen van de Landstede Groep hebben ieder hun eigen sfeer, persoonlijkheid en profilering. Werken alle scholen wel of niet vanuit één overkoepelende corporate uitstraling in de gezamenlijke campagne(s)?

**Antwoord:**

Er is een gezamenlijk platform waar we in aanloop naar de open huizen mee communiceren (Kiesdeschooldiebijjepast (afgekort KDSDBJP). Daarnaast wordt er ook vanuit de eigen scholen gecommuniceerd.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 7  
**Onderwerp:** Case

**Vraag:**

Is de website 'kiesdeschooldiebijjepast.nl' een onderdeel van de huidige campagnes rondom de Open Dagen?

**Antwoord:**

Ja

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 8  
**Onderwerp:** Case

**Vraag:**

Hoe wordt de website 'kiesdeschooldiebijjepast.nl' op dit moment gebruikt?

**Antwoord:**

We communiceren vanuit dit platform in aanloop naar de open huizen van de verschillende scholen. Op het platform krijgen alle scholen van Landstede Groep een podium. Met KDSDBJP willen we potentiële leerlingen en ouders laten zien wat ze kunnen verwachten van een middelbare school.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
9

**Onderwerp:**  
Campagnes

**Vraag:**

Wordt social advertising binnen de Landstede Groep op dit moment vanuit één centrale Facebook Business Manager ingericht, of heeft iedere school zijn eigen Facebook Business Manager? Hoe is de accountstructuur opgezet?

**Antwoord:**

Per merk wordt dit ingeregeld.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
10

**Onderwerp:**  
Campagnes

**Vraag:**

Worden SEA campagnes (Google Ads en/of Bing etc) vanuit de Landstede Groep momenteel vanuit één centraal account (in Google Ads en/of Bing etc) ingericht, of heeft iedere school zijn eigen account? Hoe ziet de huidige accountstructuur eruit?

**Antwoord:**

Er zijn meerdere accounts aangemaakt.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
11

**Onderwerp:**  
Tooling

**Vraag:**

Maakt de Landstede Groep gebruik van (online) tooling? Zo ja, welke?

**Antwoord:**

Op dit moment niet.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
12

**Onderwerp:**  
Programma van Eisen

**Vraag:**

Punt 16: facturatie vindt achteraf plaats. Hoe zit dit met het mediabudget? Dient deze wel / niet door inschrijver vooraf aan de media-exploitant (online / offline) betaald te worden? Is sprake van voorfinanciering, of doet de Landstede Groep betalingen aan mediapartijen rechtstreeks?

**Antwoord:**

Vooraf wordt het mediabudget vastgesteld en we betalen het mediabureau op basis van facturatie. We betalen niet rechtstreeks aan exploitanten.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Juridisch

**Ref.nr.**  
13

**Onderwerp:**  
Case

**Vraag:**

In de case werken we een fictieve begroting uit voor een campagne. Hoe gaat Landstede Groep de prijsniveaus van de doorlopende dienstverlening tijdens de looptijd van het contract tussen inschrijvers vergelijken?

**Antwoord:**

Zie het antwoord op vraag 5.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline

**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 14  
**Onderwerp:** Tarieven

**Vraag:**  
Op welke manier gaat Landstede Groep de tarieven van inschrijvers eenduidig met elkaar vergelijken? Graag verzoeken wij tot een prijzenblad.

**Antwoord:**  
Zie het antwoord op vraag 5.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 15  
**Onderwerp:** Verwerkingsovereenkomst

**Vraag:**  
Is er ook een concept verwerkingsovereenkomst?

**Antwoord:**  
Deze is toegevoegd aan de aanbestedingsdocumenten als Bijlage J.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Juridisch

**Ref.nr.** 16  
**Onderwerp:** Tarieven

**Vraag:**  
Kunt u, om misverstanden te voorkomen, helder uiteenzetten of en hoe de tarieven opgevoerd moeten worden inclusief of exclusief BTW?

**Antwoord:**  
Prijzen dienen te worden opgevoerd incl btw.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline

**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Juridisch

**Ref.nr.** 17  
**Onderwerp:** SEO

**Vraag:**  
Behoort SEO optimalisatie ook tot de scope van de opdracht?

**Antwoord:**  
Nee

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 18  
**Onderwerp:** E-mail marketing

**Vraag:**  
Behoort E-mail marketing tot de scope van de opdracht?

**Antwoord:**  
Nee

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 19  
**Onderwerp:** Budgetten

**Vraag:**  
Hoe komt de budgetallocatie tussen online en offline media tot stand?

**Antwoord:**  
Per jaar hebben we een vastgesteld budget dat we kunnen inzetten voor de campagne. Daarnaast houden we ontwikkelingen in de gaten waar onze doelgroep aanwezig is. Op basis daarvan wordt de verdeling gemaakt.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
20

**Onderwerp:**  
Verkeer website

**Vraag:**

Er wordt gesproken over 'kwalitatief' bezoek op de website(s). Kunt u definiëren wanneer bezoek voor Landstede Groep 'kwalitatief' is?

**Antwoord:**

Aantal clicks vanuit de campagne naar de website en hoe lang de doelgroep op de website aanwezig is. Doelstellingen worden voorafgaand aan de campagne besproken.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
21

**Onderwerp:**  
Meten

**Vraag:**

Op welke manier meet u nu of de huidige campagnes succesvol zijn? Welke doelen en KPI's hanteert u?

**Antwoord:**

CPC, CTR & CPM

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
22

**Onderwerp:**  
Afzender

**Vraag:**

Wie is, in campagnes, de afzender van communicatie? Is dat de Landstede Groep, de individuele school of bijvoorbeeld de URL 'kiesdeschooldiebijjepast'? Op welke manier maakt u hierin onderscheid en wat is de eventuele hiërarchie?

**Antwoord:**

Kiesdeschooldiebijjepast, maar ook de afzonderlijke scholen

**Percelen:** P1 Online

**Beantwoord op:** P2 Offline  
02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** **Onderwerp:**  
23 Bijlage F2: Art. 6 lid 3.

**Vraag:**  
Kunt u bevestigen dat wanneer er sprake is van “niet correcte leveringen”, wel betaling zal plaatsvinden van het niet-betwiste deel?

**Antwoord:**  
Dit is juist.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** **Onderwerp:**  
24 Bijlage F2: Art. 5 lid 4.

**Vraag:**  
Kunt u aangeven waarvan de toestemming tot het indexeren afhankelijk is en wat u onder ‘gemotiveerd te informeren’ verstaat?

**Antwoord:**  
Hiermee bedoelen wij dat u een verzoek tot indexatie onderbouwd aan de hand van de relevante indexcijfers. De toestemming wordt verleend wanneer voldaan is aan dit criterium.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** **Onderwerp:**  
25 Bijlage B (PvE): Eis 9

**Vraag:**  
De indexatiecijfers zijn juist bedoeld om prijswijzigingen te corrigeren en daarmee kostprijzen ‘zuiver’ te houden. Dat wil zeggen zonder dat daarin aannames voor prijsstijgingen zitten. Wij verzoeken u de index gewoon jaarlijks te hanteren en niet pas bij de verlenging(en). Kunt u daarmee instemmen?

**Antwoord:**

Dit is akkoord.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
26

**Onderwerp:**  
Bijlage B (PvE): Eis 3.

**Vraag:**

Wij nemen aan dat dit uitsluitend gaat over alle informatie en opgeleverde documenten die na ingangsdatum worden verstrekt en dat u de informatie uit de inschrijvingen van respectievelijke inschrijvers die niet als eerste eindigen, uitsluitend zorgvuldig zult bewaren in het belang van de procedure, en de inhoud daarvan niet zult gebruiken. Kunt u dat bevestigen?

**Antwoord:**

Dit is juist. Informatie uit de inschrijvingen bewaren wij uiteraard zorgvuldig conform de wettelijke vereisten.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
27

**Onderwerp:**  
Hfd. 5, pag. 11.

**Vraag:**

Kloppen gegevens (...). U schrijft hier in de laatste zin "Wij mogen dan beslissen (...)". Kunt u bevestigen dat u hier met "een andere inschrijver", de eerstvolgende in de ranglijst bedoelt? Indien niet, kunt u aangeven hoe de keuze voor een andere inschrijver dan plaatsvindt?

**Antwoord:**

Indien de gunningsbeslissing wordt ingetrokken kan Landstede Groep, als wij nog steeds wensen te gunnen, beslissen om te gunnen aan de als tweede geëindigde inschrijver. Er wordt dan een nieuwe gunningsbeslissing verstrekt.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

28

**Onderwerp:**

Hfd. 5, pag. 10. P2 KC2.

**Vraag:**

Wat wordt hier bedoeld met “mediawaarde” en waarom kiest u daarvoor en niet voor omzet/contractwaarde?

**Antwoord:**

Het betreft hier de opdrachtwaarde voor één opdrachtgever. De referenties zijn aangepast in het Beschrijvend Document v2.

**Percelen:** P1 Online

**Beantwoord op:** 02-03-2021

**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

29

**Onderwerp:**

Hfd. 3, pag. 8.

**Vraag:**

Kunt u aan de hand van een voorbeeld toelichten of uitleggen wat het verschil maakt tussen “een duidelijke meerwaarde” en “de meerwaarde dominant en evident aantonen” Dit laatste suggereert overigens ook dat de beste aanbieder dus een 10 krijgt, klopt dat?

**Antwoord:**

Leidend in de beoordeling zijn de kernbegrippen zoals opgenomen in de eerste zin per toelichting. Er is sprake van een absolute beoordeling. Om verwarring hieromtrent te voorkomen wordt de toelichting bij het rapportcijfer 10 als volgt vervangen: "De inschrijving is zeer concreet en eenduidig en sluit volledig aan bij het gevraagde. De inschrijving biedt een evidente meerwaarde".

Zie hiertoe ook het Beschrijvend Document v2.

**Percelen:** P1 Online

**Beantwoord op:** 02-03-2021

**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

30

**Onderwerp:**

Hfd. 3, pag. 7. K4.

**Vraag:**

Kunt u aangeven hoe u zult handelen indien een inschrijver toch een essentiële wijziging of substantiële aanvulling doet?

**Antwoord:**

Dit is niet op voorhand aan te geven. Vanzelfsprekend handelen wij in die gevallen conform de kaders die worden gesteld door de geldende wet- en regelgeving en rechtsbeginselen van het aanbestedingsrecht.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

31

**Onderwerp:**

Hfd. 3, pag. 5.

**Vraag:**

Casus. Wat bedoelt u hier met: “De uitwerking is exclusief creatie”?

**Antwoord:**

De uitwerking van de middelen valt niet in de scope van het project. Dat doet een (gecontracteerde) externe partij.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

32

**Onderwerp:**

Hfd. 3, pag. 5. Alinea 2.

**Vraag:**

U heeft het hier over een overzicht met uurtarieven. Stelt u hiervoor (nog) een format beschikbaar? Welke uurtarieven wilt u anders ontvangen?

**Antwoord:**

Dit overzicht ziet op de uurtarieven die u wenst in te zetten tijdens de uitvoering van de overeenkomst. Minimaal neemt u hierin eventuele uurtarieven op van hetgeen u opneemt in de mediabegroting. Wij vragen u om deze uurtarieven in te dienen omdat deze als basis voor uitvoering van de overeenkomst dienen.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

33

**Onderwerp:**

Hfd. 2, pag. 4.

**Vraag:**

Buiten de scope. Kunt u aangeven op basis waarvan u kiest de hier als optioneel benoemde werkzaamheden als dan niet af te gaan nemen? Kunt u ook aangeven wat de omvang daarvan op dit moment is?

**Antwoord:**

Binnen de looptijd van deze overeenkomst lopen de contracten die LG heeft met vormgevers af. Wij beraden ons nog op de wijze waarop wij vormgeving als productgroep wensen in te kopen. Het kan dus zijn dat wij vormgeving m.b.t. mediacampagnes bij opdrachtnemer wensen neer te leggen. Niet van te voren valt aan te geven op basis waarvan deze afweging wordt gemaakt. De omvang van deze opdrachten valt op dit moment niet aan te geven.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
34

**Onderwerp:**  
Hfd. 2, pag. 4.

**Vraag:**

Volume campagne. Kunt u aangeven welke verwachtingen u heeft (er zijn) ten aanzien van ontwikkelingen die van invloed zijn op de omvang van de overeenkomst?

**Antwoord:**

Marktontwikkelingen spelen een belangrijke rol. We werken over het algemeen met een vaste campagneperiode. Het kan mogelijk zijn om een aanvullende campagne te starten wanneer een opleiding in nood is of dat het minder goed gaat met een middelbare school.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
35

**Onderwerp:**  
Hfd. 1, pag. 2.

**Vraag:**

U geeft onder "Waar zijn we naar op zoek" aan dat de overeenkomst wordt gegund aan de leverancier met inschrijving met de beste prijs-kwaliteitverhouding (40/60)". Wij nemen aan dat het hier gaat om een abuis, uit hoofdstuk 3 volgt immers dat prijs niet wordt beoordeeld als

gunningscriterium?

**Antwoord:**

Dit is juist. K3 mediabegroting is bij het opstellen van de prijs /kwaliteitverhouding gezien als een prijs criterium. Het betreft inderdaad een kwalitatief criterium waarmee 100% op kwaliteit wordt gegund.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
36

**Onderwerp:**  
Algemeen

**Vraag:**

Wij willen u er op wijzen dat uw indeling van het digitale dossier voor wat betreft de eisen verwarring wekt omdat 'Eisen' standaard al als afgerond staat aangevinkt. Moeten hier de UEA en het Referentieformulier bij 'overige documenten' worden ingediend?

**Antwoord:**

U kunt de stukken indien in een map naar keuze. Bij het downloaden van de stukken worden alle documenten als één zip-bestand gedownload door de inkoopadviseur.

**Percelen:** P1 Online  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
37

**Onderwerp:**  
Case gaat om alle VO- scholen

**Vraag:**

- Case gaat om alle VO- scholen. Bij de achtergrond op pag 6 (beschrijvend document 1.0) staat dat scholen in Zwolle onderling met elkaar concurreren (ook de regioscholen zoals de Agnieten Colleges hebben te maken met Zwolle), maar ook van enkele scholen voor openbaar voortgezet onderwijs. De concurrentie in de regio is minder. Afstand tot een school is een belangrijk keuzemotief voor ouders en leerlingen. – Kunnen ze per school het verzorgingsgebied aangeven en mogen ze in elkaars gebied werven (Zwolse scholen)?

**Antwoord:**

De scholen mogen in elkaar verzorgingsgebied werven. We werven vaak met een straal van x-aantal km van de school + doelgroeptargeting.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 38  
**Onderwerp:** Doelgroep

**Vraag:**

- Er staat geen specifieke doelgroep aangegeven in het document behalve ouders & leerlingen. Kunnen ze dit specifieker aangeven in leeftijd? Of is dat ouders van leerlingen 10-12 jaar en scholieren 10-12 jaar?

**Antwoord:**

Wij zoeken in een mediabureau een partner die met ons meedenkt en adviseert. Graag naar eigen inzicht invullen.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 39  
**Onderwerp:** Case gaat om alle VO- scholen

**Vraag:**

- De case is voor de VO-scholen – is het voor 1 campagne flight voor een open dag? Is dit een fictieve periode of hebben ze data waarin de fictieve open dagen zijn?

**Antwoord:**

Met betrekking tot de eerste vraag: zie het antwoord op vraag 3.  
Met betrekking tot de tweede vraag: U kunt er vanuit gaan dat de open dag in november plaats vindt. Zie ook het Beschrijvend Document v2.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.** 40  
**Onderwerp:** SEA

**Vraag:**

- Is SEA onderdeel van de case?

**Antwoord:**

Ja

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
41

**Onderwerp:**  
KPI

**Vraag:**

- Wanneer is de campagne geslaagd? Zie staan awareness en interesse creëren bij de doelgroepen. Gaan ze dit extern meten? Daarnaast hebben ze het over realiseren van kwalitatief bezoek ( wat is dat in hun ogen)? Kan je je ook aanmelden online?

**Antwoord:**

Ja, je kunt je online aanmelden voor een open huis. Wij werken met een leerling journey/student journey.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
42

**Onderwerp:**  
GA

**Vraag:**

- Kunnen we vooraf toegang krijgen tot SEA account & GA account?

**Antwoord:**

Nee, alleen wanneer de aanbesteding wordt gegund aan uw organisatie.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

**Onderwerp:**

43 Data & Tech

**Vraag:**

- Is onderdeel van de case/aanbesteding ook inregelen GA, GTM en plaatsen pixels etc. door data & tech?

**Antwoord:**

Ja

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
44

**Onderwerp:**  
samenwerking percelen

**Vraag:**

De aanbesteding is opgeknipt in twee percelen. Hoe zien jullie de samenwerking voor je, mochten er inderdaad twee partners worden gekozen, tussen die twee partners? Zijn zij op zichzelf staand of vindt er afstemming plaats?

**Antwoord:**

Beide is mogelijk. Het hangt sterk van de campagne af of beide partijen tegelijk aan tafel zitten. Het kan ook zijn dat het niet nodig is voor een campagne en dan worden beide partijen afzonderlijk gebriefd. Het initiatief ligt bij Landstede Groep om te bepalen of het goed is om gezamenlijk aan tafel te zitten of niet.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Proces

**Ref.nr.**  
45

**Onderwerp:**  
K1 t/m K3

**Vraag:**

Op pagina 7 wordt onder 'Perceel 2' gemeld: "Lever een online media-advies (max 10 A4) voor de campagne voor alle vo-scholen, waarbij... ". Onder K1 Uitwerking casus komt bij het laatste punt naast vo ook mbo naar voren. Klopt onze aanname dat de punten onder K1 t/m K3 alleen vo-scholen betreft en dat alleen bij dit specifieke punt dan ook mbo mag worden

uitgediept?

**Antwoord:**

Dit is juist.

**Perceken:** P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

46

**Onderwerp:**

halfjaarlijks rapport

**Vraag:**

Er wordt gesproken van een structureel halfjaarlijks rapport. Welk doel hebben jullie hierbij voor ogen. Met andere woorden, wat moet dit rapport jullie brengen?

**Antwoord:**

Het beoordelen of de campagne succesvol is, vergelijking met voorgaande jaren en bijsturen waar dat nodig is. Bereiken we nog op de juiste manier de doelgroep.

**Perceken:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

47

**Onderwerp:**

vormgeving

**Vraag:**

Buiten scope valt de vormgeving, die door de afzonderlijk gecontracteerde bureaus wordt uitgevoerd. Hoe zien jullie de communicatie hierin tussen het mediabureau en de vormgevingspartner?

**Antwoord:**

In principe is Landstede Groep de schakel tussen beide partijen. Het wil wel voorkomen dat er voorafgaand aan de campagne een afspraak komt waar beide partijen aan tafel zitten om de lijnen kort te houden.

**Perceken:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Proces

**Ref.nr.**  
48

**Onderwerp:**  
copy en design

**Vraag:**

Wanneer het gaat om de uitwerkingen van campagnes, bij wie ligt dan de uitwerking in copy en design? Valt dit nog binnen de scope van het mediabureau of ligt dit bij de afzonderlijk gecontracteerde bureaus?

**Antwoord:**

Dat verschilt per campagne. Het kan voorkomen dat de copy bij het mediabureau komt te liggen of bij een gecontracteerde tekstschrijver, design bij een gecontracteerd bureau.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
49

**Onderwerp:**  
1 of 2 partijen (offline/online)

**Vraag:**

Hebben jullie liever één partij voor offline en online of liever een gespecialiseerde partij per domein? En als de keuze valt voor twee partijen: wie bepaalt dan de (campagne)strategie?

**Antwoord:**

Landstede Groep is verantwoordelijk voor de strategie. Dit gaat in samenwerking met beide bureaus. De aanbesteding is opgesplitst in twee percelen (offline & online). Mochten beide expertises aanwezig zijn, dan mag een bureau voor beide percelen inschrijven.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Proces

**Ref.nr.**  
50

**Onderwerp:**  
Beschrijvend document - pagina 5

**Vraag:**

U vraagt om een overzicht met uurtarieven. Is hiervoor een vast format beschikbaar dat u wilt aanhouden?

**Antwoord:**

Zie het antwoord op vraag 32.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
51

**Onderwerp:**  
Beschrijvend document - pagina 6/7

**Vraag:**

Kunt u het verzorgingsgebied per vestiging definiëren?

**Antwoord:**

Wij zoeken in het mediabureau een partner die met ons meedenkt en adviseert. Graag naar eigen inzicht invullen.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
52

**Onderwerp:**  
Beschrijvend document - pagina 6/7

**Vraag:**

Kunt u inzicht geven in de huidige media-inzet?

**Antwoord:**

Wij zoeken in het mediabureau een partner die met ons meedenkt en adviseert. Graag naar eigen inzicht invullen.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
53

**Onderwerp:**  
Bijlage G en H

**Vraag:**

Vallen de scholen Doc93 en StartCollege ook binnen de scope van de case? Deze staan wel op de website maar zijn niet opgenomen in bijlagen G en H.

**Antwoord:**

Doc93 valt niet in de scope. Op dit moment doen wij dat ook nog niet voor het Start College, maar dat gaat wel veranderen.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

54

**Onderwerp:**

Beschrijvend document - pagina 6/7

**Vraag:**

Is het mogelijk om een bijlage toe te voegen aan het maximaal aantal pagina's van de opdracht om bijvoorbeeld een voorbeeld rapportage toe te voegen?

**Antwoord:**

Wij hanteren een limiet van 10 pagina's. Eventuele aanvullende stukken kunt u tijdens de pitch laten zien.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

55

**Onderwerp:**

Beschrijvend document - pagina 6/7

**Vraag:**

Kunt u de doelgroep specifiek omschrijven(primair en secundair).

**Antwoord:**

Wij zoeken in het mediabureau een partner die met ons meedenkt en adviseert. Graag naar eigen inzicht invullen.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**

56

**Onderwerp:**

Beschrijvend document - pagina 7

**Vraag:**

Is er voor de opendagen campagne een overkoepelende website of dient de online campagne naar iedere school afzonderlijk te verwijzen?

**Antwoord:**

Er is een gezamenlijk platform waar we in aanloop naar de open huizen mee communiceren (Kiesdeschooldiebijjepast). Daarnaast wordt er ook vanuit de eigen scholen gecommuniceerd.

**Percelen:** P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
57

**Onderwerp:**  
Beschrijvend document - pagina 6/7

**Vraag:**

De CTA voor de case in beide percelen is het bezoeken van het open huis. Voor welke periode moet de case uitgewerkt worden? Is het beschikbare budget voor één of meerdere open dagen en naar welke van de 2 periode gaat uw voorkeur uit (ivm seasonality)?

**Antwoord:**

Budget is voor 1 open huis en mag uitgewerkt worden voor oktober /november. Wervingsseizoen voor het vo is van okt t/m feb.

**Percelen:** P1 Online  
P2 Offline  
**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud

**Ref.nr.**  
58

**Onderwerp:**  
Beschrijvend document - pagina 7

**Vraag:**

Is er voor de opendagen campagne een overkoepelende website of dient de online campagne naar iedere school afzonderlijk te verwijzen?

**Antwoord:**

Er is een gezamenlijk platform waar we in aanloop naar de open huizen mee communiceren (Kiesdeschooldiebijjepast). Daarnaast wordt er ook vanuit de eigen scholen gecommuniceerd.

**Percelen:** P1 Online

**Beantwoord op:** 02-03-2021  
**Label:** Inhoud