

Nota van inlichtingen voor de aanbesteding online media van Hogeschool Rotterdam

Aangepaste en toegevoegde bijlagen	
Bijlage 5	Herziene bijlage 5 prijzenblad

LET OP: de datum van bekendmaking resultaat beoordeling zal verplaatst worden naar 9 juli 2021.

Ref. nr.	Fase	Label	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Inschrijffase	Inhoud	Selectieleidraad kerncompetenties	Bijlage 3: Eisenlijst Eis 23: Hoe bent u op dit moment gewend om campagne resultaten te ontvangen?	Op dit moment worden de resultaten ontvangen in pdf met duiding, conclusies en aanbevelingen.
2	Inschrijffase	Inhoud	Resultaten	In paragraaf 2.3 van het aanbestedingsdocument beschrijft u de historische uitgaven van de afgelopen jaren. Is het mogelijk ook de resultaten van deze uitgaven te delen? Hoeveel aanmeldingen er de afgelopen jaren waren bijvoorbeeld?	Nee, dat is niet mogelijk.
3	Inschrijffase	Inhoud	Selectieleidraad kerncompetenties	1.1.: Casus Master Shipping Is alle communicatie in de advertenties in de Engelse taal? Wordt beide video's en dumps in de Engelse taal aangeleverd? U vraagt om een eerste denkrichting voor Affiliate marketing in de betreffende landen. Kunt u hier een toelichting op geven? Is dit al eerder ingezet of een nieuw kanaal? Waarom affiliate marketing? Kunt u de doelgroep uitgebreider beschrijven? Kunnen er pixels op de website geïnstalleerd worden (volgens AVG) tb.v. data sturing en optimalisatie? Wat was het bezoek voorheen qua volume aan STC opleiding? Wat mag een ingeschreven student kosten aan eCPA? Zijn de landen op volgorde van belangrijkheid geplaatst? Hoeveel studenten zijn benodigd? Welke materialen kan het bureau leveren? Zijn er andere opties mogelijk? Kunt u een screenshot leveren met een overzicht van de acquisitie data alle kanalen uit Google Analytics?	Ja, alle communicatie is in principe in het Engels. Video's worden in het Engels aangeleverd. Internationaal maken we gebruik van studie portals en agents. Opdrachtgever wil inzicht krijgen in hoe opdrachtnemer omgaat met affiliate marketing Mbt doelgroep: op https://rotterdamus.com/programmes/master/shipping-and-transport-full-time/admission-requirements staan de details; heren en dames die na hun logistieke bachelor een stap verder willen zetten, met daarbij een focus op transport en scheepvaart. Pixels kunnen conform AVG geplaatst worden. Historisch volume ca 25 deelnemers. Er zijn geen kosten per inschrijving vastgelegd. Doelstelling = minimaal 2 klassen. Het creatieve bureau kan materialen leveren voor alle gangbare kanalen zoals social media, eDM, display, SEA, instant experiences, conversational ads, portals. Omdat opdrachtgever nu gaat starten met de opleiding hebben we nog geen inzet gedaan, we kunnen daarmee geen screenshot aanleveren van de huidige kanalen.
3	Inschrijffase	Inhoud	Selectieleidraad kerncompetenties	1.2: Casus Studieweken Kunt u aangeven wat uw verzorgingsgebied is voor deze opleiding. Is dit alleen geheel Nederland of een gedeelte of ook internationaal Kunt u uitgebreidere profielen delen van studenten / doelgroep uit het verleden waardoor gerichtere targeting mogelijk is U wilt meer naar een zogeheten always on campagne. Dit vraagt om genoeg afwisselende content. Kunnen wij over voldoende (actuele) content beschikken om (latent) geïnteresseerde te vinden en te converteren naar bezoek van een oriëntatieweek? Kunnen er pixels op de website geïnstalleerd worden (volgens AVG) tb.v. data sturing en optimalisatie? Wat mag een ingeschreven student kosten aan eCPA? Hoeveel studenten zijn benodigd? Welke materialen kan het bureau leveren? Zijn er andere opties mogelijk? Kunt u een screenshot leveren met een overzicht van de acquisitie data alle kanalen uit Google Analytics?	Verzorgingsgebied is primair: zuid-holland, zeeland, brabant. Afhankelijk van de (groei)ambitie kan dit spreidingsgebied vergroot worden. Dit is dus NL, maar naast NL hebben we ook andere landen te bedienen. Scholier met Havo 4/Vwo 5 of MBO vooropleiding tussen de 15-22 jaar. Woonachtig in Zuid-Holland, Zeeland en Brabant De content verzorgen wijzelf in samenwerking met diverse creatie bureaus Pixelplaatsing is zeker mogelijk Kosten per student is onbekend, deze gegevens heeft Hogeschool Rotterdam nog niet inzichtelijk. Hoeveel studenten benodigd is, is niet bekend, afhankelijk van resultaten dit jaar zal opdrachtgever dat aangeven Het creatieve bureau kan materialen leveren voor alle gangbare kanalen zoals social media, eDM, display, SEA, instant experiences, conversational ads, portals. Acquisitiekkanalen: 48% organic, 36% direct, 8% referral, 4 % social, 8% paid
4	Inschrijffase	Contract	Advertentiebudget	Dienen wij reeds een reservering te maken voor de uit te geven mediabudgetten? Zo ja, waar op het prijzenblad dienen we dit te vermelden?	Ja. Dit is 'een voorschot'. Deze wordt op basis van nacalculatie gefactureerd en is niet van toepassing voor het prijzenblad.
5	Inschrijffase	Inhoud	wensen - casus 1	U schrijft: "Deadline voorstel: Binnen twee weken na ontvangst van de informatie". Kunt u aangeven wat u hier precies bedoelt. Het is ons niet duidelijk op welke informatie u doelt en om welke deadline het hier gaat.	De casus betreft een fictieve opdracht wat weergeeft hoe Hogeschool Rotterdam een opdracht uitzet. De deadline is enkel ter indicatie om inschrijver een beeld te geven over de termijnen.
6	Inschrijffase	Inhoud	wensen casus 1 en 2	U geeft aan dat de documenten maximaal 4 A4's mogen beslaan exclusief visuals. Betekend dit dat alle visuals als bijlage aan het eind van het document dienen te worden toegevoegd? En betekend dit dat het totale document derhalve meer mag zijn dan 4 A4's?	Dat is correct.
7	Inschrijffase	Proces	Planning	in de offerte uitvraag staat de presentatie gepland op 17 juni in het wensen document spreek u over 18 juni. Met welke datum dienen wij rekening te houden?	De presentatie zal plaatsvinden op dinsdag 15 juni of donderdag 17 juni 2021 tussen 10:00 en 15:00 uur.
8	Inschrijffase	Inhoud	Wensenlijst - affiliate marketing	Hier wordt voor het eerst over affiliate marketing gesproken, dit wordt niet benoemd onder 2.2.2. In scope'. Affiliate marketing is een behoorlijk ruim begrip. Kunt u verder specificeren wat u verstaat hieronder, of is compleet vrij in te vullen binnen de casus?	Dit is vrij in te vullen.
9	Inschrijffase	Uitvoering	Eisenlijst - Eis 15	U verwacht hier dat Opdrachtnemer binnen een week beschikbaar is voor opzetten van een campagne. Doorlooptijd voor het opzetten van een campagne is logischerwijs afhankelijk van grootte en complexiteit ervan. Is Opdrachtgever bereid om hier concrete en strikte afspraken te maken over manier en moment van aanlevering van de gewenste details en materialen, zodat deze deadlines geborgd kunnen worden?	Opdrachtgever is zeker bereid om hier concrete afspraken over te maken. De urgentie werkt twee kanten op.
10	Inschrijffase	Uitvoering	Eisenlijst - Eis 12	U spreekt hier over 'Facturatie van de in te kopen mediaruimte'. Gebruikelijk is dat advertentiebudgetten van bijvoorbeeld Google en Facebook rechtstreeks worden betaald door opdrachtgever, via de creditcard van opdrachtgever. Betekent dit dat u eist dat Opdrachtnemer deze budgetten voorschiet en betaalt, en deze zonder opslag later doorbelast aan Opdrachtgever?	Dat is correct.
11	Inschrijffase	Inhoud	Eisenlijst - Eis 11	U spreekt hier over 'Ontwerp'. Dit is een vrij ruim begrip. Kunt u dit verder specificeren?	Ontwerp is in dit geval de vertaalslag van creatie naar de specs van online marketing (banners, FB/Inta, carousel, swipe etc.)
12	Inschrijffase	Inhoud	Verhouding werkzaamheden	Kunt u een indicatie geven van de verwachte verhouding tussen de strategische, tactische en operationele werkzaamheden? Is dit gekoppeld aan de weging 50:30:20 uit het prijzenblad, dus ook in die verhouding in de praktijk, of heeft dit een andere verdeling?	De verhoudingen genoemd in het prijzenblad is ook de verdeling welke opdrachtgever denkt te verwachten in de praktijk.
13	Inschrijffase	Proces	3.5.4. Referentienummer	Waar wenst u dat de naam van organisatie en het referentienummer plaats krijgen op de in te dienen documenten? Het Prijzenblad bijvoorbeeld bevat alleen ruimte om de naam van inschrijver te vermelden.	Dat is aan inschrijver. Gezien het prijzenblad beveiligd is, is een aangepast prijzenblad opgenomen waar het referentienummer aan is toegevoegd.
14	Inschrijffase	Proces	3.2. Planning	Sluitedatum voor Indienen van vragen is 22 april, de bijbehorende Nota van Inlichtingen wordt op 19 mei verzonden. U heeft dus 15 werkdagen de tijd om vragen te beantwoorden. Daarna dient echter de inschrijving op 1 juni ingediend te zijn. Dat houdt in dat inschrijver 8 werkdagen de tijd heeft om binnen haar inschrijving nog te anticiperen op de gegeven antwoorden. Dat lijkt op een wat scheve verhouding. Is het voor Opdrachtgever mogelijk om de antwoorden eerder te publiceren?	Opdrachtgever voldoet aan de wettelijke termijnen. Indien mogelijk zal opdrachtgever de antwoorden eerder publiceren.
15	Inschrijffase	Inhoud	2.3. Omvang van de opdracht	U spreekt hier over een geraamde omvang van de Raamovereenkomst. Deze omvang is samengesteld uit bureaustkosten & mediabudgetten. Kunt u een indicatie geven van de onderverdeling van deze waarde naar bureaustkosten en mediabudgetten? Welk deel (in percentage of in waarde) hiervan is bestemd voor bureau?	Nee op dit moment niet. Bureaustkosten zijn afhankelijk van de vraag en de tijd die daarvoor nodig is. De bureaustkosten vallen binnen het mediabudget.
16	Inschrijffase	Inhoud	2.2.3. Buiten scope	U beschrijft hier dat 'Uitvoering van Search Engine Optimization (SEO)' buiten de opdracht valt. In Bijlage 3 Eisenlijst wordt echter wel 'expertise op het gebied van SEO' als eis voor inschrijver opgevoerd. Daarbij staat beschreven: 'Het bureau adviseert hierbij bij het maken van strategische keuzes en biedt hierbij praktische handvatten en tips aan Opdrachtgever. BV: hoe Hogeschool Rotterdam content inzet om de domein-autoriteit van websites toe te laten nemen.' Kunt u aangeven of SEO nu wel of geen onderdeel zal zijn van de uitvoering van de opdracht?	SEO is geen onderdeel van de opdracht maar opdrachtgever verwacht wel dat opdrachtnemer kennis heeft op het gebied van SEO. Opdrachtgever verwacht op SEO gebied enkel hetgeen wat in de eisenlijst wordt omschreven.

17	Inschrijfphase	Inhoud	2.2.2. In scope	U spreekt hier over 'Inkoop en onderhandeling mediabudgetten bij media-exploitanten'. Kunt u voorbeelden geven van de media-exploitanten waar media wordt ingekocht?	Goabroad.com, studyportal.com, keystone.com
18	Inschrijfphase	Inhoud	2.2. Visie - offline media	U spreekt hier over 'advies over de inzet van offline middelen'. Welke competenties verwacht u hier van het bureau? Hoe gaat u deze beoordelen in de aanbesteding?	Veelal kan een online campagne gesterkt worden door een offline campagne. Denk aan (digitale) buitenreclame of adverteren in HAH bladen. Vanuit de strategiedachte mag deze verkenning meegenomen worden. Dit wordt niet specifiek beoordeeld in de aanbesteding gezien de aanbesteding online media betreft.
19	Inschrijfphase	Inhoud	2.2. Visie - offline media	U spreekt hier over offline media. Welke media worden hier beoeld/verwacht? Kunt u voorbeelden geven?	Veelal kan een online campagne gesterkt worden door een offline campagne. Denk aan (digitale) buitenreclame of adverteren in HAH bladen. Vanuit de strategiedachte mag deze verkenning meegenomen worden.
20	Inschrijfphase	Inhoud	toegang krijgen tot jullie huidige Ad management account omgevings?	We willen graag verkenen of we al groeiprognozes en een roadmap kunnen schetsen als onderdeel van onze beantwoording van jullie uitvraag. Daartoe krijgen we graag inzicht in jullie huidige maturity & data. Kunnen we (alleen lezen) toegang krijgen tot jullie huidige Ad management account omgevings?	Nee, dat is in deze fase helaas niet mogelijk.
21	Inschrijfphase	Inhoud	Online media aanvraag 2.1	In de aard van de opdracht wordt gesproken over een gedeeltelijke uitvoering van de online advertising- en communicatiecampagne. Is er al duidelijk welke onderdelen dit juist betreft en welke niet?	Media inkoop en strategie, creatie is elders belegd. In de scope is aangegeven welke onderdelen binnen de opdracht vallen en welke onderdelen buiten de opdracht vallen.
22	Inschrijfphase	Uitvoering	Definitie van succes	Hoe ziet succes er voor jullie uit over 2 jaar?	Centraal staat een datagedreven inrichting, opdrachtgever dient hierbij echter realistisch te zijn dat dit voor inzet zoals bv wechat of VK niet verlangd kan worden.
23	Inschrijfphase	Uitvoering	andere bureaus / externe stakeholders	Zijn er binnen de samenwerking met Hogeschool Rotterdam nog andere bureaus / externe stakeholders waar mee samengewerkt dient te worden? Zo ja hoe zien jullie dit?	Ja, dat is zeker van toepassing. Opdrachtgever zou graag nauw samenwerken met creatie. Dus de driehoek media, creatie en klant.
24	Inschrijfphase	Inhoud	Verdeling (%) tussen verkeersbronnen op de website	Hoe ziet de verdeling (%) tussen verkeersbronnen er nu uit (afgelopen 12 maanden)	48% organic, 36% direct, 8% referral, 4% social, 8% paid
25	Inschrijfphase	Inhoud	de (financiële) waarde is van alle inschrijvingen	In hoeverre is bekend wat de (financiële) waarde is van alle inschrijvingen op de verschillende opleidingen? Verschilt dit veel tussen opleidingen?	Dit is niet bekend.
26	Inschrijfphase	Inhoud	Conversieratio	Wat was afgelopen 12 maanden het conversieratio (aanmeldingen / visitors = con.%)? En wat is volgens jullie de potentieel maximaal haalbare conversieratio?	Dat is niet eenduidig te benoemen door de complexiteit van het inschrijfproces.
27	Inschrijfphase	Inhoud	Aandeel online marketing in website bezoek	Welk deel van het gemiddeld aantal maandelijkse bezoekers van de afgelopen 12 maanden was niet-organisch (niet het resultaat van SEO maar van online marketing)?	Vanaf 1 september 2020 is de verhouding organic/paid resp. 48% organic en 8% paid
28	Inschrijfphase	Inhoud	Gemiddeld aantal maandelijkse bezoekers	Wat was afgelopen 12 maanden het gemiddeld aantal maandelijkse bezoekers op de website?	Gemeten vanaf 1 september 2020 tot aan heden zijn er gemiddeld 1,3 miljoen gebruikers op hr.nl geweest
29	Inschrijfphase	Inhoud	Welke data hebben jullie (nog) beschikbaar over jullie klanten/studenten?	Welke data hebben jullie (nog) beschikbaar over jullie klanten/studenten? En wat kunnen jullie daarvan in deze fase al met ons delen?	Nationaal: Scholier met Havo 4/Wvo 5 of MBO vooropleiding tussen de 15-22 jaar. Woonachtig in Zuid-Holland, Zeeland en Brabant. Internationaal: hierbij kennen we circa 20 focuslanden opgedeeld in prioriteit, waarbij met name Europa en ZO-Azie in beeld zijn.
30	Inschrijfphase	Inhoud	persona's of klantsegmentaties	Maken jullie gebruik van persona's of klantsegmentaties? En wat is de doelgroepverdeling (man/vrouw, heavy-users/ impulsief)?	Ja, er wordt gebruik gemaakt van persona's. Doelgroepverdeling varieert per domein/opleiding/campagne.
31	Inschrijfphase	Uitvoering	Mogelijke informatie die relevant kan zijn voor de samenwerking	We zien uit naar het uitwerken van onze inschrijving en de potentie van een samenwerking met Hogeschool van Rotterdam. Voor u als aanbestedende dienst (en voor alle gegadigden) een zo volledig mogelijk inzicht in de verwachtingen rondom de samenwerking van belang. De markt helpt dit bij het maken van een zorgvuldige aanbidding, u als aanbestedende dienst voorkomt daarmee teleurstelling na gunning. Vanuit dat gedeelde belang vragen wij u proactief mee te denken en met ons te delen welke andere informatie - naast hetgen dat al is gedeeld vanuit de aanbesteding - voor de markt belangrijk is om een weloverwogen en kwalitatieve inschrijving te maken.	Opdrachtgever is van mening dat er geen verdere informatie benodigd is om een zorgvuldige aanbidding te kunnen maken.
32	Inschrijfphase	Inhoud	Reeds opgedane learnings & inzichten	Kunnen jullie de belangrijkste learnings aangeven van afgelopen jaar? Wat werkte goed en wat niet? En waarom?	Nationaal: Dat een campagne het best als always on ingezet wordt (bijv. met retargeting etc.) Zo zijn we het hele jaar zichtbaar i.t.t. korte campagnes twee weken voor aanvang. Met betrekking tot internationaal zien we een langere aanlooptijd: de eerste oriëntatie vindt in augustus reeds plaats, in maart heeft men doorgaans zijn keuze gemaakt.
33	Inschrijfphase	Inhoud	Merk / Brand vs marketing	Wordt er onderscheid gemaakt tussen Brand- en performance budget? Zo ja, kan daar inzicht in gegeven worden?	Nee er wordt geen onderscheid gemaakt.
34	Inschrijfphase	Inhoud	Mediabudgetten per kanaal	Is mediabudget flexibel tussen kanalen en aanvullend platformen?	Mediabudgetten zijn flexibel in te zetten per kanaal, afhankelijk van de strategie en het gewenste doel.
35	Inschrijfphase	Inhoud	Mediabudgetten per geografische gebieden	Is mediabudget flexibel tussen landen? Kan er inzicht gegeven worden tussen de budgetten per land?	Mediabudgetten zijn flexibel in te zetten per kanaal, afhankelijk van de strategie en het gewenste doel.
36	Inschrijfphase	Inhoud	Geografische scope	Op welke landen (of geografische delen van landen) heeft de gehele samenwerking en opdracht (potentieel) betrekking?	Nationaal: Nederland. Internationaal zijn er circa 20 focuslanden in een verschillende prioritering, waarbij met name Europa en ZO-Azie zich aandienen.
37	Inschrijfphase	Inhoud	Bestaande bekendheid bij de doelgroep	In hoeverre is de potentiële doelgroep al bekend met Hogeschool Rotterdam?	Redelijk tot goed bekend.
38	Inschrijfphase	Uitvoering	Hoe ziet voor jullie een ideale samenwerking eruit?	Hoe ziet voor jullie een ideale samenwerking eruit?	Samen met bureau en andere partners tot een strategisch plan komen. Dit vertalen in een campagneaanpak en hierin pro-actief meedenken met de klant. Waarbij opdrachtgever het belangrijk vindt dat ook wanneer het minder gaat een signaal wordt gegeven.
39	Inschrijfphase	Uitvoering	Wat vinden jullie belangrijk in de samenwerking met een bureau?	Wat vinden jullie belangrijk in de samenwerking met een bureau?	Pro-actief meedenken, snel kunnen schakelen, flexibel en makkelijk de vertaalslag kunnen maken van opdracht naar uitwerking op een heldere manier omschreven.
40	Inschrijfphase	Inhoud	CDP/DMP, attributie, reporting, UX/CRO, search management tooling, SEO-tooling, etc	Met welke tooling omtrent digital marketing werken jullie? (CDP/DMP, attributie, reporting, UX/CRO, search management tooling, SEO-tooling, etc)	Opdrachtgever heeft geen eigen toolings in huis en maakt hiervoor gebruik van de toolings van het bureau en de onderzoeken die intern en extern worden opgesteld.
41	Inschrijfphase	Uitvoering	Landingspagina's & development	In hoeverre hebben jullie development inhouse en/of kunnen jullie (landings)pagina's aanpassen?	Geen development inhouse op gebied van web, wel beheer.
42	Inschrijfphase	Uitvoering	Wat is jullie eigen capaciteit en ervaring?	In hoeverre hebben jullie resources intern beschikbaar omtrent digital marketing en wat is het kennisniveau?	De beweging naar datagedreven werken is dit jaar van start gegaan en staan nog aan het begin. Kennisniveau is aanwezig, maar gering.
43	Inschrijfphase	Inhoud	Concurrentie mlt de doelgroep van HvR	Welke concurrenten hebben jullie die je ziet als de belangrijkste, waarmee je strijdt om dezelfde poule van potentiële doelgroepen? (ook vanuit mogelijke deelgebieden / opleidingen)	Concurrentie is een zwaar begrip. Wel merkt opdrachtgever dat in dezelfde vijver wordt gevist met inholland, Haagse en Delft.
44	Inschrijfphase	Inhoud	Concurrentie ihkv de casussen	Welke concurrenten hebben jullie die je ziet als de belangrijkste in het kader van de casussen?	Concurrentie is een zwaar begrip. Wel merkt opdrachtgever dat in dezelfde vijver wordt gevist met inholland, Haagse en Delft.
45	Inschrijfphase	Inhoud	digital marketing KPI's	Zijn er KPI's voor digital marketing aanwezig? Zo ja, welke?	Nee, op dit moment zijn er geen KPI's hogeschool breed aanwezig op het gebied van digital marketing.
46	Inschrijfphase	Inhoud	Specifieke marketing doelstellingen	Kunnen jullie al marketingdoelstellingen (kwalitatief/ kwantitatief) ten aanzien van merkbekendheid, acquisitie als mogelijk ook retentie met ons delen?	Nee, worden na gunning in overleg opgesteld.
47	Inschrijfphase	Inhoud	Algemene business & marketing doelstellingen	We zijn voornemens de casussen met enthousiasme te omarmen, liefst zodanig dat de beantwoording niet alleen de specifiek gevraagde doelstellingen waar maakt, maar ook past in de bredere business- en marketing doelstellingen. Wat zijn de business en marketingdoelstellingen voor 2021 op korte en lange termijn? En hoe zit dat eruit in termen van harde KPI's of resultaten?	De uitwerking van de wensen worden beoordeeld middels bijbehorende criteria. Opdrachtgever is van mening dat er geen verdere informatie benodigd is om een zorgvuldige aanbidding te kunnen maken.

48	Inschrijffase	Contract	Eisen 2.1 dienst specifieke eisen - eis 4	Uit onderdeel online media offerteaanvraag 2.2.3. Buiten scope word aangegeven SEO geen onderdeel uit maakt van de opdracht. In eis 4 word verwacht dat opdrachtnemer expertise levert op het gebied van SEO. Om onduidelijkheid te voorkomen, valt SEO (advies) binnen de opdracht ja of nee?	SEO is geen onderdeel van de opdracht maar opdrachtgever verwacht wel dat opdrachtnemer kennis heeft op het gebied van SEO. Opdrachtgever verwacht op SEO gebied enkel hetgeen wat in de eisenlijst wordt omschreven.
49	Inschrijffase	Inhoud	Wensen 1.2 casus: studiekeuzeweken	Valt onder het aangegeven budget twv 250.000, enkel de uren van het bureau, enkel het budget dat gespendeerd kan worden aan inkoop (ad-spend) of is hiervoor een verdeling van toepassing? In het laatste geval, wat is de verdeling?	Bureaunkosten zijn onderdeel van het te besteden budget.
50	Inschrijffase	Inhoud	Wensen 1.1 casus: master shipping	Valt onder het aangegeven budget twv 50.000, enkel de uren van het bureau, enkel het budget dat gespendeerd kan worden aan inkoop (ad-spend) of is hiervoor een verdeling van toepassing? In het laatste geval, wat is de verdeling?	Bureaunkosten zijn onderdeel van het te besteden budget.
51	Inschrijffase	Inhoud	Online media offerteaanvraag 5.2.2. kerncompetentie 2	Kan de aanbestedende dienst om onduidelijkheid te voorkomen en de kwaliteit van de referenties te verhogen, de term jongerenmarketing nader toelichten (doelgroep, leeftijd, segment).	Scholier met Havo 4/vwo 5 of MBO vooropleiding tussen de 15-22 jaar. Woonachtig in Zuid-Holland, Zeeland en Brabant.
52	Inschrijffase	Inhoud	Online media offerteaanvraag omvang opdracht 2.3	Bedoelt de aanbestede dienst met de indicatie van de omvang van de opdracht dat hieronder ook de gerealiseerde uren van het bureau vallen, of is dit enkel de ad-spend?	Bureaunkosten zijn hiervan onderdeel.
53	Inschrijffase	Contract	Alg. Inkoopvoorwaarden Art 14	"Voor ons als gegadigde is enige inperking van de aansprakelijkheid wenselijk. Hiertoe doen we de volgende tekstvoorstellen: Aansprakelijkheid van Opdrachtnemer is in alle gevallen beperkt tot verzekeringsdekking (€ 1.250.000 per geval en tot €2.500.000 per jaar). Aansprakelijkheid voor directe schade is beperkt tot het bedrag dat de Leverancier voor uitvoering van de Overeenkomst heeft ontvangen. Als de overeenkomst een looptijd van meer dan 6 maanden heeft, is de aansprakelijkheid beperkt tot het bedrag dat de Leverancier in de 6 maanden voorafgaand aan het schadeveroorakend feit voor de uitvoering van de Overeenkomst heeft ontvangen. In alle gevallen is de aansprakelijkheid beperkt tot maximaal € 500.000,- of zoveel minder dat de aansprakelijkheidsverzekeraar feitelijk uitkeert. Aansprakelijkheid voor indirecte schade (oa. gevolgschade, gederfde winst, gemiste besparingen of kansen, verminderde goodwill, schade door bedrijfsstagnatie), schade veroorzaakt door Leveringen van Derden of door zaken die door de Klant zijn voorgeschreven, software of (digitale) data, schade veroorzaakt door de Leveranciers die door de Klant zijn voorgeschreven en schade die verband houdt met vermindering, vernietiging of verlies van (digitale) data of documenten, et cetera, zijn uitdrukkelijk uitgesloten."	Niet akkoord met het voorstel echter kan Hogeschool Rotterdam zich wel vinden in een wijziging. Artikel 14.1 wordt als volgt geformuleerd: "Opdrachtnemer is jegens Opdrachtgever aansprakelijk voor directe schade uit hoofde van de overeenkomst welke voortvloeit uit opzet, grove schuld of nalatigheid van Inschrijver. Iedere aansprakelijkheid voor indirect geleden schade en/of gevolgschade, inclusief maar niet beperkt tot het verlies van winst of inkomsten is uitgesloten. Voor zover nodig vrijwaart Opdrachtgever Opdrachtnemer voor aanspraken van derden. De aansprakelijkheid is beperkt tot een maximum van €500.000,- per gebeurtenis of samenhangende reeks van gebeurtenissen met een maximum van €2.500.000,- per jaar."
54	Inschrijffase	Contract	Alg. Inkoopvoorwaarden Art 11.2	Wij zijn van mening dat er bij een eenmalige en onbedoelde gehele of gedeeltelijke niet-(tijdelijke) nakoming van een verplichting geen directe sprake mag zijn van een boete. Wij stellen voor uit te gaan van frequente en doeltreffende evaluatie als onderdeel van de samenwerking waarbij zowel kwaliteit als tijdigheid van dienstverlening worden beoordeeld en waarbij passende maatregelen worden vastgesteld indien er sprake is van ruimte voor verbetering. Daarnaast houden we de mogelijkheid open om in een individueel tijd-critisch project een eventuele malus te contracteren in het betreffende contract, zodat dit dan in de juiste context wordt afgestemd en gecontracteerd. Kunt u er als zodanig mee instemmen dit artikel 11.2 niet van toepassing te verklaren?	Opdrachtgever is niet akkoord met het niet van toepassing verklaren van artikel 11.2. Echter zal deze worden aangevuld met de tekst: "De boete wordt niet eerder opgelegd dan nadat Opdrachtnemer ná schriftelijke ingebrekestelling binnen een redelijke hersteltermijn zijn verzuim naar genoegen van Opdrachtgever te hebben hersteld."
55	Inschrijffase	Contract	Alg. Inkoopvoorwaarden Art 10.10	Ter voorkoming van administratieve complicaties verzoeken we u de mogelijkheid tot verrekening niet van toepassing te verklaren en in plaats daarvan verrekening te laten geschieden op basis van (credit)facturen. Kunt u hiermee instemmen?	Dat is akkoord.
56	Inschrijffase	Contract	Alg. Inkoopvoorwaarden Art 10.1 en Art 10.2	Wij gaan uit van facturatie per maand, achteraf, op basis van daadwerkelijk gepresteerde diensten (uren). Dit kan impliceren dat het project nog niet is afgerond en / of dat de Diensten als geheel nog niet zijn voltooid - enkel de Diensten voor de voorliggende maand. Kunt u bevestigen dat in dit geval facturatie per maand achteraf past binnen de interpretatie van dit artikel?	Dat is juist.
57	Inschrijffase	Contract	Alg. Inkoopvoorwaarden Art 9.8	Het is voor ons zeer ongebruikelijk dat loonkosten van ons personeel voor opdrachtgevers inzichtelijk worden gemaakt, of op een factuur vermeld dienen te worden. We verzoeken u deze clausule niet van toepassing te verklaren of, indien dit niet mogelijk is, uw bevestiging te motiveren en de ruimte te laten hier bij gunning nog nadere afspraken over te maken.	Artikel 9.8 kan bij deze levering van diensten achterwege blijven en vervalt.
58	Inschrijffase	Contract	Alg. Inkoopvoorwaarden Art 8	Verwacht de Aanbestedende Dienst dat in het kader van de samenwerking rondom Online Media ooit enige vorm van garantie gevraagd of van toepassing kan zijn? Zo ja, kunt u hiervoor enige context scheppen en aangeven in wat voor vorm garantie afgesproken danwel verwacht zou kunnen worden?	Dit artikel ziet onder meer op situaties waarin opdrachtnemer voor een overeengekomen periode door haar vervaardigde online content toegankelijk houdt of doet houden.
59	Inschrijffase	Contract	Alg. Inkoopvoorwaarden Art 6.2 en Art 6.3	Wij maken bij de uitvoering van onze werkzaamheden geregeld gebruik van open source- en SaaS technieken, waarvan wij niet beschikken over enig recht waarvan wij afstand kunnen doen. Artikel 6.3 is in deze gevallen in onze optiek van kracht, is deze aanname juist, of indien niet wat is juist?	Hier wordt bedoeld alle rechten van intellectueel eigendom voor zover opdrachtnemer daarvan als maker ervan geldt.
60	Inschrijffase	Contract	Alg. Inkoopvoorwaarden Art 3.2	Kunt u verduidelijken wat u verstaat onder een 'vaste verrekensprijs'?	In het artikel staat tevens of variatie hiervan benoemd. Dit heeft betrekking op de prijzen welke aangeboden worden in het prijzenblad.
61	Inschrijffase	Proces	Extra vragenronde	Kunt u een extra gelegenheid bieden voor het stellen van vragen naar aanleiding van gegeven antwoorden? Dit zal de markt, de aanbiedingen en uw belang ten goede komen.	Mochten er vragen zijn n.a.v. de eerste Nota zal Hogeschool Rotterdam afwegen of deze van dermate belang/noodzakelijk zijn om nog te beantwoorden.
62	Inschrijffase	Inhoud	Referentieformulieren	Op pagina 25 staat dat je 4 aparte referentieformulieren mag inleveren. Maar waarom 4 als er 2 kerncompetenties zijn?	Dit betreft een voorbeeld. Per kerncompetentie dient maximaal één referentie aangeleverd te worden.
63	Inschrijffase	Inhoud	SEO	Bij de eisen staat dat SEO onderdeel is van werkzaamheden terwijl op pagina 9 staat dat dit buiten de scope van de aanbesteding valt? Hoe moeten wij dit zien?	SEO is geen onderdeel van de opdracht maar opdrachtgever verwacht wel dat opdrachtnemer kennis heeft op het gebied van SEO. Opdrachtgever verwacht op SEO gebied enkel hetgeen wat in de eisenlijst wordt omschreven.
64	Inschrijffase	Inhoud	Case 1	Wat wordt bedoeld met het creëren van een touchpoint voor de vervolgstap? Een tussenstap waarmee je de geïnteresseerden aan je verbindt?	Ja, denk hierbij aan het aanvragen van een persoonlijk gesprek met een van onze recruiters, het inschrijven voor een webinar of gastles.
65	Inschrijffase	Inhoud	Case 1	Is het doel om 25 inschrijvingen voor de studie te realiseren? En is het 25 studenten die 1 september starten en 25 studenten die 1 februari starten? Of bedoelen jullie 25 in totaal?	25 in totaal.
66	Inschrijffase	Inhoud	Case 1	Doelgroep: M/V met een afgeronde bachelor in Economie, Logistiek of Transport in de benoemde landen?	op https://rotterdamuas.com/programmes/master/shipping-and-transport-full-time/admission-requirements/ staan de exacte details.
67	Inschrijffase	Inhoud	Case 1	Hoe vaak vinden er (online) open dagen plaats?	Online open dagen zijn gebundeld en 3x een week per jaar. In november een week, januari en maart ook een week.
68	Inschrijffase	Inhoud	Case 1	Op welke wijze kunnen geïnteresseerden hun vragen stellen?	Geïnteresseerden kunnen vragen stellen via uiteenlopende kanalen: webinars, live Q&A's op Instagram, via chat of het maken van een persoonlijke (online in corona-tijd) afspraak, zie ook rotterdamuas.com/meetus .
69	Inschrijffase	Inhoud	Case 1	Is het opgegeven budget incl. bureaunkosten?	Het opgegeven budget is incl. bureaunkosten, incl. btw
70	Inschrijffase	Inhoud	Case 2	Is het opgegeven budget incl. of excl. btw? Bij casus 1 wordt dit specifiek aangegeven. Maar hier niet. En als vervolg: is het budget inclusief de bureaunkosten?	Het opgegeven budget is incl. bureaunkosten, incl. btw
71	Inschrijffase	Inhoud	Case 2	Wat zijn de KPI's voor deze campagne?	Afgelopen jaar was het kwalitatief instroom verhogen. Samen met het te contracteren bureau moeten de kpi's nader uitgewerkt worden.
72	Inschrijffase	Inhoud	Referenties	Pagina 25 van het aanbestedingsdocument wordt gesproken over 4 kerncompetenties. Welke vier zijn dat? Wij zien er twee van benoemd (pagina 24 en 25)	Dit betreft een voorbeeld. Per kerncompetentie dient één referentie aangeleverd te worden.
73	Inschrijffase	Inhoud	Online media offerteaanvraag	U schrijft "In deze aanbesteding is dit de Inschrijver die de laagste totaalscore heeft behaald." moet dit niet zijn de Inschrijver die de hoogste totaalscore heeft behaald?	Dat is correct.
74	Inschrijffase	Juridisch	Indexatie uurtarieven	Indexatie is niet opgenomen in de Overeenkomst. Deze zouden wij, naar alle redelijkheid, in een langdurige samenwerking graag terug willen zien.	In eis 30 van de eisenlijst is een eis met betrekking tot indexering opgenomen.

75	Inschrijffase	Juridisch	AIV art 11.2	<p>"Hogeschool Rotterdam is gerechtigd om bij niet (geheel of gedeeltelijk) of niet tijdige nakoming van verplichtingen door Opdrachtnemer een boete op te leggen tot een maximum van 10% van het bij de Overeenkomst in het geding zijnde bedrag, onverminderd het recht van Hogeschool Rotterdam om, naast de boete, volledige schadevergoeding te vorderen."</p> <p>Opdrachtnemer is van mening dat een dergelijke boeteclausule niet past in een gezonde samenwerking. We spannen ons in om de overeenkomst na te leven, ook in ons eigen belang, en als het onverhoopt toch misgaat willen we de geleden schade (onder voorwaarden) vergoeden maar niet ook nog een boete betalen (ongeacht de hoogte). Is Hogeschool Rotterdam bereid deze clausule uit het contract te halen?</p>	Opdrachtgever is niet akkoord met het niet van toepassing verklaren van artikel 11.2. Echter zal deze worden aangevuld met de tekst: "De boete wordt niet eerder opgelegd dan nadat Opdrachtnemer ná schriftelijke ingebrekestelling binnen een redelijke hersteltermijn zijn verzuim naar genoegen van Opdrachtgever te hebben hersteld."
76	Inschrijffase	Juridisch	AIV art 14.1	<p>"Opdrachtnemer is aansprakelijk voor en zal Hogeschool Rotterdam vrijwaren tegen elke vordering betreffende schade die direct of indirect het gevolg is van de niet, niet-tijdige of niet behoorlijke nakoming van de Overeenkomst of van de schending van enige andere contractuele of niet-contractuele verplichting dan wel een onrechtmatig handelen van Opdrachtnemer jegens Hogeschool Rotterdam of derden."</p> <p>Op grond van de Gids proportionaliteit voorschrift 3.9 D is een onbeperkte aansprakelijkheid niet toegestaan en dient een aansprakelijkheidsbeperking proportioneel te zijn.</p> <p>Is Hogeschool akkoord met volgend voorstel of een variant hiervan:</p> <p>14.1 Behoudens opzet of bewuste roekeloosheid van Opdrachtnemer is de totale aansprakelijkheid van Opdrachtnemer wegens een toerekenbare tekortkoming in de nakoming van de Overeenkomst, onrechtmatige daad of uit enige andere hoofde, daaronder uitdrukkelijk ook begrepen iedere tekortkoming in de nakoming van een met Hogeschool Rotterdam overeengekomen garantieverplichting, beperkt tot vergoeding van directe schade tot maximaal 100% van het bedrag van de voor die Overeenkomst bedongen prijs (exclusief BTW en exclusief mediagelden). Indien de Overeenkomst een duurovereenkomst is met een looptijd van meer dan één jaar, wordt de voor de overeenkomst bedongen prijs gesteld op 100% van het voor één jaar bedongen totaal aan vergoedingen (exclusief BTW en exclusief mediagelden). In geen geval zal de totale aansprakelijkheid van Opdrachtnemer voor directe schade, uit welke hoofde dan ook, echter meer bedragen dan € 500.000,- (vijfhonderdduizend euro). Een reeks met elkaar samenhangende tekortkomingen wordt aangemerkt als één tekortkoming.</p> <p>14.2 De aansprakelijkheid van Opdrachtnemer voor indirecte schade, gevolgschade, gederfde winst, gemiste besparingen, verminderde goodwill, schade door bedrijfsstagnatie, schade als gevolg van aanspraken van afnemers van Hogeschool Rotterdam, schade in verband met het gebruik van door Hogeschool Rotterdam aan Dept voorgeschreven zaken, materialen of programmatuur van derden of met de inschakeling van door Hogeschool Rotterdam aan Opdrachtgenemer voorgeschreven derden is uitgesloten.</p>	Niet akkoord met het voorstel echter kan Hogeschool Rotterdam zich wel vinden in een wijziging. Artikel 14.1 wordt als volgt geformuleerd: "Opdrachtnemer is jegens Opdrachtgever aansprakelijk voor directe schade uit hoofde van de overeenkomst welke voortvloeit uit opzet, grove schuld of nalatigheid van Inschrijver. Iedere aansprakelijkheid voor indirecte schade en/of gevolgschade, inclusief maar niet beperkt tot het verlies van winst of inkomsten is uitgesloten. Voor zover nodig vrijwaart Opdrachtgever Opdrachtnemer voor aanspraken van derden. De aansprakelijkheid is beperkt tot een maximum van €500.000,- per gebeurtenis of samenhangende reeks van gebeurtenissen met een maximum van €2.500.000,- per jaar."
77	Inschrijffase	Juridisch	AIV art. 9.10	<p>"Indien Hogeschool Rotterdam vervanging verlangt van personeel dat is belast met de uitvoering van de Diensten, omdat hij meent dat dit in het belang van een goede uitvoering van de Overeenkomst nodig of wenselijk is, geeft Opdrachtnemer hieraan gevolg. Daarbij wordt een tarief in rekening gebracht dat niet hoger is dan het tarief dat voor het personeel dat wordt vervangen in de Overeenkomst is vastgelegd."</p> <p>Opdrachtnemer is van mening dat dit niet kan zonder goed overleg tussen beide partijen. Graag deze toevoeging meenemen in het artikel.</p>	<p>artikel 9.10 zal aangepast worden naar:</p> <p>"Indien Hogeschool Rotterdam vervanging verlangt van personeel dat is belast met de uitvoering van de Diensten, omdat hij meent dat dit in het belang van een goede uitvoering van de Overeenkomst nodig of wenselijk is zal dit besproken worden met Opdrachtnemer waarna Opdrachtnemer hieraan gevolg geeft. Daarbij wordt een tarief in rekening gebracht dat niet hoger is dan het tarief dat voor het personeel dat wordt vervangen in de Overeenkomst is vastgelegd."</p>
78	Inschrijffase	Juridisch	AIV art. 6	<p>De artikelen van Hogeschool Rotterdam omtrent de overdracht van intellectuele eigendomsrechten omvatten niet goed de overdracht van eventuele content gemaakt door derden in deze samenwerking. Hieronder doen wij graag een al omvattend voorstel waarin wij de artikelen van de Hogeschool Rotterdam aanvullen. Is Opdrachtgever akkoord met onderstaand voorstel of in de gelegenheid te komen met een tegenvoorstel?</p> <p>Nieuw voorstel:</p> <p>6.1 Indien en voor zover materiaal van derden wordt gebruikt door Opdrachtnemer voor de Diensten, garandeert Opdrachtnemer alleen dat het geldig de vereiste licentie heeft verworven voor de initiële periode van de respectievelijke licentie voor de materialen van derden zoals gekocht door Opdrachtnemer.</p> <p>6.2 Opdrachtnemer verleent Hogeschool Rotterdam een exclusieve, onbeperkte in tijd, ruimte en inhoud [subliciteerbare, overdraagbare, royaltvrije licentie] om alle inhoud te gebruiken, transformeren, distribueren, verkorten, bewerken, synchroniseren, tentoonstellen, communiceren, reproduceren, dupliceren en exploiteren van materialen die tijdens de looptijd van de Overeenkomst zijn geproduceerd, met uitzondering van alle inhoud en materialen die materialen van derden bevatten, waarvoor Opdrachtnemer alleen een sublicentie verleent aan Hogeschool Rotterdam voor de initiële periode van een dergelijke licentie zoals verleend door de respectieve derde partij aan opdrachtnemer. Hogeschool Rotterdam is als enige verantwoordelijk (en Opdrachtnemer kan niet aansprakelijk worden gehouden onder deze Overeenkomst) voor de verlenging en / of vernieuwing van de respectieve licentie / sublicentie voor dergelijke materialen van derden na het verstrijken van de initiële periode waarvoor de licentie werd verleend door de derde partij aan Opdrachtnemer. Voor alle duidelijkheid: Opdrachtnemer verleent aan Hogeschool Rotterdam alle commerciële rechten op het materiaal en de inhoud (gebruiksrechten).</p> <p>6.3 In het geval dat het werk en materiaal, dat het onderwerp is van dit contract, auteursrechtelijk beschermd materiaal is, komen Opdrachtnemer en Hogeschool Rotterdam hierbij overeen dat voor het doel van dit contract, het werk en materiaal (anders dan het reeds bestaande materiaal (zoals hieronder gedefinieerd) een werk voor verhuur zijn en eigendom zijn van Hogeschool Rotterdam onder de opschortende voorwaarde van betaling van alle facturen die Hogeschool Rotterdam verschuldigd is uit hoofde van de Overeenkomst. In het geval dat het werk en materiaal dat het onderwerp is van dit contract niet auteursrechtelijk beschermd is, of om welke reden dan ook wordt vastgesteld dat het geen werk is voor inhuur, dan verleent de Opdrachtgever hierbij alle rechten, eigendomsrechten en belangen op dat werk en materiaal aan Hogeschool Rotterdam (volgens paragraaf 6.2) en zal het dit onmiddellijk uitvoeren en de documenten leveren die door Hogeschool kunnen worden gevraagd om de overdracht van al deze rechten, titels en</p>	<p>Artikel 6.1 van de Algemene Voorwaarden blijft ongewijzigd. Opdrachtnemer zal jegens de hogeschool moeten garanderen dat zij bij haar dienstverlening geen inbreuk maakt op enig octrooi-, auteurs-, merk- of ander intellectueel eigendomsrecht van enige derde.</p> <p>Art. 6.2 blijft gehandhaafd. Ook bij content gemaakt door derden geldt dat aan de hogeschool van het totaalwerk (werk gemaakt door Opdrachtnemer en werk door Opdrachtnemer uitbesteed aan enige derde) de ie-rechten toevallen, of worden overgedragen. De hogeschool wenst niet in de situatie te geraken dat zij moet twijfelen welke content wel en welke content zij niet vrijelijk mag gebruiken. Ingeval Opdrachtnemer meent dat zij in bepaalde gevallen nader te omschrijven ie-rechten niet kan of mag overdragen, zal zij dat met stukken onderbouwd aan de hogeschool melden. Alsdan treden Opdrachtnemer en de hogeschool in overleg over een passende oplossing.</p> <p>Art. 6.3 blijft gehandhaafd. De hogeschool gaat er niet mee akkoord dat ie-rechten afhankelijk worden gesteld van betaling van facturen.</p>
79	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 5: bijkomende kosten	Wat verstaat u onder bijkomende kosten?	Onder bijkomende kosten kan worden verstaan salariskosten, overheadkosten, kosten voor ondersteunend werk, kosten voor het gebruik van apparatuur, parkeerkosten, opleidingskosten, wervings- en selectiekosten, vervanging, verzekeringspremies, winst en alle eventuele verdere bijkomende kosten.
80	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: Studiekeuzeweken	Wat is de belangrijkste reden voor een studiekeizer om deel te nemen aan de studiekeuzeweken?	In gesprek gaan met de opleiding (docent/student) ten behoeve van voorlichting.

81	Inschrijffase	Inhoud	bijlage 4: Aantal deelnemers studiekeuzeweken	Hoeveel deelnemers hebben jullie jaarlijks aan de studiekeuzeweken?	Oprachtgever heeft alleen 2020-2021 met studiekeuzeweken gewerkt. In deze weken heeft opdrachtgever (online) zo'n 30.000 registraties voor webinars gehad. Je kunt zeggen dat er 20.000 studiekeuzers hebben deelgenomen.
82	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: buitenlandse studiekeuzers	Kunnen buitenlandse studiekeuzers ook deelnemen aan de studiekeuzeweken? Zo ja, wordt er in de campagne verwacht dat deze ook worden meegenomen?	Ja dit is zeker mogelijk. Het internationale deel is opgesplitst bij een aparte unit. Daar lopen aparte campagnes gericht op de internationale student, uiteraard gestroomlijnd met de HR-brede campagne
83	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: omschrijving doelgroep	Hoe omschrijven jullie de doelgroep voor de studiekeuzeweken? (demografie, geografie, interesse, vooropleiding)	Scholier met Havo 4/Vwo 5 of MBO vooropleiding tussen de 15-22 jaar. Woonachtig in Zuid-Holland, Zeeland en Brabant.
84	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage: Interesseren van studiekeuzers	Doelstelling is om studiekeuzers te interesseren voor de studiekeuzeweken. Wat wordt verstaan onder interesseren? Wanneer vinden we dat een studiekeuzer interesse toont?	Als de studiekeuzer zich aanmeldt voor één of meerdere evenementen (webinars/q&a's/)
85	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: Studieweken	In welke weken worden de studiekeuzeweken georganiseerd?	Dit varieert per jaar. Maar ongeveer altijd in november, januari en maart.
86	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: verhouding studenten Nederland / buitenland	Is er een gewenste verhouding in het aantal studenten vanuit Nederland en het buitenland?	Voor de internationale opleidingen is de internationale instroom minimaal 30%.
87	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: verspreiding landen	De vraag is om focus te verspreiden over meerdere landen. Is er een bepaalde verhouding in doelstelling / budget per land waar rekening mee gehouden dient te worden?	Voor deze case is dat niet nodig.
88	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: Content en creatie	Is in deze case advies op content en creatie in scope of out of scope?	In scope.
89	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: Budget	Is het genoemde budget van €250.000,- all-in (d.w.z. incl. mediabudget en bureau uren)? En is dit budget in of excl. btw?	Het opgegeven budget is incl. bureaukosten, incl. btw
90	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: Budget	Is het genoemde budget van €50.000,- all-in (d.w.z. incl. , mediabudget en bureau uren)?	Het opgegeven budget is incl. bureaukosten, incl. btw
91	Inschrijffase	Inhoud	Bijlage 4: deadline voorstel	Op pagina 4 staat het volgende: "Deadline voorstel: Binnen twee weken na ontvangen van de informatie", is dit een tyfout of hoe verhoudt dit zich tot de planning in Online media offerteaanvraag.pdf?	De casus betreft een fictieve opdracht wat weergeeft hoe Hogeschool Rotterdam een opdracht uitzet. De deadline is enkel ter indicatie om inschrijver een beeld te geven over de termijnen.
92	Inschrijffase	Inhoud	Eis 4	Hoe verhoudt eis 4 zich t.o.v. de offerte aanvraag waarin in 2.2.3 SEO als out of scope wordt beschreven?	SEO is geen onderdeel van de opdracht maar opdrachtgever verwacht wel dat opdrachtnemer kennis heeft op het gebied van SEO. Opdrachtgever verwacht op SEO gebied enkel hetgeen wat in de eisenlijst wordt omschreven.