

Aanbesteding: Europese Aanbesteding Online Marketingbureau tbv Stichting Saxion
Aanbestedende Dienst: Stichting Saxion
Referentie: -

Toelichting:

Dit betreft de eerste NvI. De tweede vragenronde is bedoeld om vragen te stellen over de gegeven antwoorden of om individuele vragen die zijn afgewezen, opnieuw te stellen als openbare vraag.

Ref.nr. **Onderwerp:**
1 Bijlage 2 AISUT

Vraag:

Bijlage 2 AISUT

Er worden hier bij punt 14.4 een aantal aansprakelijkheidsbedrag beschreven, afhankelijk van de waarde van de overeenkomst. In Beschrijvend document Deel A geeft u aan dat er vanuit kan worden gegaan dat de maximale waarde kan worden gesteld op € 500.000 per jaar. Daarmee komt de aansprakelijkheid op € 1.500.000 per gebeurtenis. Dit bedrag is behoorlijk hoog in relatie tot het uit te voeren werk. Bij andere, vergelijkbare, opdrachtgevers zien wij beduidend lagere bedragen. Voor ons als gegadigde is enige inperking van de aansprakelijkheid wenselijk. Ons voorstel zou zijn om de bedragen te verlagen tot € 250.000 per gebeurtenis en € 500.000 per kalenderjaar.

Antwoord:

De genoemde 500K is een gemaximeerd bedrag per jaar. Op het moment dat deze omzetwaarde wordt behaald door Opdrachtnemer bij Saxion dan wordt het genoemde bedrag als proportioneel gezien. Het voorstel wordt niet door Saxion geaccepteerd. Zie ook antwoord #57.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Juridisch

Ref.nr. **Onderwerp:**
2 Bijlage 7 Briefing K2

Vraag:

Bijlage 7 Briefing K2

U beschrijft: 'Al kijken we ook over onze landgrenzen heen.' Op welke landen richt Saxion zich hierbij?

Antwoord:

Voor online marketing richt Saxion zich op de volgende landen waarbij

Duitsland onze prioriteit heeft. De andere landen zijn Bulgarije, Roemenië, Indonesië, China, Griekenland en Italië.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

3

Onderwerp:

Bijlage 5 Achtergrondinformatie

Vraag:

Bijlage 5 Achtergrondinformatie

U beschrijft: 'Voor onderzoek willen we in 2025 minimaal in Nederland bekend staan als University of Applied Sciences'. Hoe is dit meetbaar?

Antwoord:

Via Brand research.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

4

Onderwerp:

Bijlage 5 Achtergrondinformatie

Vraag:

Bijlage 5 Achtergrondinformatie

U beschrijft: 'Voor onderwijs willen we de aankomende jaren onze omzet vergroten in de B2B markt'. Is dit uit te drukken in specifieke doelstelling van bij omzetgroei in getal of percentage?

Antwoord:

Op dit moment zijn hier geen specifieke doelstellingen in getal of percentage voor beschikbaar.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

5

Onderwerp:

3.2 Meetbaarheid en effectiviteit

Vraag:

3.2 Meetbaarheid en effectiviteit

Kunt u meer details geven over de wijze waarop metingen nu plaatsvinden, en de manier waarop dat nu wordt gerapporteerd? Welke elementen zijn nu zichtbaar op de dashboards, wordt daar per kanaal of per doelgroep

gerapporteerd?

Antwoord:

Saxion is van mening dat de huidige situatie niet meegenomen hoeft te worden in het te geven antwoord door Inschrijver. Het is voor Saxion belangrijk om te weten op welke wijze en met welke middelen, Inschrijver dit zou willen optuigen voor Saxion.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

6

Onderwerp:

3.2 Implementatie en samenwerking

Vraag:

3.2 Implementatie en samenwerking

U hebt het over 'planning' als element dat minimaal onderdeel van de uitwerking moet zijn. Doelt u daarmee op een concreet uitgewerkte planning in tijd? Hoe gedetailleerd wenst u deze planning te ontvangen?

Antwoord:

Het gaat om zowel de indeling van de planning als de doorlooptijd in dagen /weken etc..

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

7

Onderwerp:

3.2 case B2B

Vraag:

3.2 case B2B

U beschrijft: 'Focus ligt op een eerste basisopzet met daarin eventuele innovaties verwerkt.' Wat verstaat u precies onder een 'eerste basisopzet'?

Antwoord:

Hieronder wordt verstaan wat de minimale inspanningen moeten zijn om de campagne van start te laten gaan. Met andere woorden, wat is het laaghangende fruit waarop we ons moeten richten?

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

Onderwerp:

8

3.2 case B2B

Vraag:

3.2 case B2B

U beschrijft: 'Website optimalisatie aan de kant van Saxion is geen onderdeel van deze casus'. Betekent dit dat er geen aanpassingen /toevoegingen aan de website kunnen worden meegenomen in de aanpak?

Antwoord:

De uitvoer van website optimalisatie ligt bij Saxion. Het geven van adviezen over website optimalisatie door Opdrachtnemer zijn wenselijk dan wel worden gevraagd.

Beantwoord op: 18-10-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

9

Onderwerp:

3.2 Case B2B

Vraag:

3.2 Case B2B

U beschrijft: '...voor de beschreven B2B doelgroep waarbij de uitdaging ligt op meerdere product-marktcombinaties en doelstellingen binnen 1 doelgroep.' Dit is ons niet helemaal duidelijk. Is het de bedoeling dat wij zelf een doelgroep kiezen en de daarbij behorende product-marktcombinaties benoemen, of verwijst u hier naar een specifieke doelgroep? Want in dat laatste geval kunnen wij de specificaties daarvan niet vinden in de beschreven bijlagen.

Antwoord:

Het betreft hier een specifieke doelgroep welke terug te vinden is op pagina 17. Bedrijven en organisaties die een innovatie vraagstuk hebben en daarmee terecht kunnen bij Saxion (onderzoek tak) en/of bedrijven met een opleidingsvraagstuk.

Beantwoord op: 18-10-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

10

Onderwerp:

3.1 case Branding

Vraag:

3.1 case Branding

Op zich is het enigszins tegenstrijdig, dat er in deze case wordt gevraagd een conceptuele uitwerking, terwijl in de bepaling van de scope van de opdracht

concepting als ‘buiten scope’ wordt beschreven. Het is voor ons geen probleem om dit uit te werken. We stoeien echter wel enigszins met de invulling van deze case: is dit nu een conceptueel/vormgevingsvraagstuk, of gaat het toch vooral om hoe de online kanalen ingezet kunnen worden?

Antwoord:

De werkzaamheden die het bureau dient op te pakken betreffen de online marketing strategie en de daadwerkelijke uitvoer van die strategie. Het is wenselijk dat het bureau tevens online het plan conceptueel goed neer kan zetten als doorvertaling van, of in het geval van de case op basis van eigen inzicht en creatieve invulling

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
11

Onderwerp:
3.1 case Branding

Vraag:

3.1 case Branding

Wat is het overkoepelende concept, waarop deze branding gebaseerd moet worden? Kunt u daarvan details delen die wij moeten gebruiken in deze case? Als we het goed hebben begrepen is het namelijk de bedoeling dat wij de doorvertaling van hoofdconcept naar online kanalen maken, en geen nieuwe concepting doen. Of ziet u dat hiervoor anders?

Antwoord:

Het overkoepelende concept is er nog niet (is opdracht van nieuw strategische marketingbureau). Voor nu is de merkstrategie het uitgangspunt. Onze corporate story, onze positionering Living Technology met daarbij onze merkbepoorting Get Ready For a Smart World.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
12

Onderwerp:
3. Kwaliteit

Vraag:

3. Kwaliteit

U beschrijft: ‘De beantwoording van de vragen dienen te zijn zonder [...] verwijzingen naar publiek verkrijgbare informatie of dergelijken...’ Kunt u dit nader verklaren? Kunt u voorbeelden geven van waar niet naar mag mogen verwezen?

Antwoord:

Het gaat erom dat er niet meer informatie wordt verstrekt dan het maximum wat per gunningscriterium is opgenomen. Op het moment dat hyperlinks worden opgenomen zonder dat daar toestemming voor is gegeven in de het betreffende gunningscriterium, betekent dit dat Inschrijver meer informatie verstrekt dan maximaal is toegestaan. Dit geldt ook voor informatie dat publiekelijk beschikbaar is zoals een website, publicatie in een blad of verwijzing naar een boek.

Beantwoord op: 19-10-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.**
13**Onderwerp:**

1.6.2. Buiten scope

Vraag:

1.6.2. Buiten scope

U beschrijft 'E-cards en e-mails' als buiten scope. E-mailmarketing is een belangrijk kanaal binnen de student journey. In hoeverre is kennis van e-mailmarketing gewenst binnen deze aanbesteding?

Antwoord:

Saxion heeft het stuk e-mailmarketing in house, daadwerkelijke uitvoering hiervan maakt dus geen onderdeel uit van de scope. Kennis van zaken is gewenst om eventueel extra inzicht te kunnen bieden en te ondersteunen met advies indien nodig.

Beantwoord op: 18-10-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.**
14**Onderwerp:**

1.6.1. Gevraagd diensten

Vraag:

1.6.1. Gevraagd diensten

SEO staat niet benoemt als binnen scope van de opdracht. Dit is echter wel een belangrijk verlengde van de paid online media. In hoeverre ziet u bepaalde SEO-werkzaamheden als onderdeel van de opdracht?

Antwoord:

SEO werkzaamheden liggen bij Saxion. Adviezen over toepassing en/of belang van SEO zijn wenselijk dan wel worden gevraagd.

Beantwoord op: 18-10-2021**Label:** Inhoud

Ref.nr.
15

Onderwerp:
1.6.1. Gevraagd diensten

Vraag:
1.6.1. Gevraagd diensten
Welke online media koopt Saxion zelf in?

Antwoord:
Saxion beschikt zelf over diverse accounts zoals Facebook, Google en dergelijke. Het Online Marketingbureau koopt namens Saxion in bij deze online platformen. De facturatie verloopt rechtstreeks via het platform naar Saxion.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
16

Onderwerp:
1.6.1. Gevraagd diensten

Vraag:
1.6.1. Gevraagd diensten
U beschrijft: 'Uitwerken van de middelen-mix voor online kanalen (conform richtlijnen huisstijl Saxion)'. Kunt u dit verder verduidelijken? Welke werkzaamheden op het vlak van design en/of creatie vallen hier precies onder?

Antwoord:
Het betreft de doorvertaling van het creatieve concept in de uitingen van de middelen-mix. Dit kunnen HTML5 banners zijn maar ook video's.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
17

Onderwerp:
4.5.1. Kerncompetentie 2

Vraag:
4.5.1. Kerncompetentie 2
Het referentieformulier doet vermoeden dat we 1 referentieklient kunnen opgeven, waar 2 opdrachten moeten zijn uitgevoerd die voldoen aan de gestelde eisen. Klopt dat?

Antwoord:
Nee dat is niet juist. Inschrijver kan het formulier ofwel twee keer gebruiken

met 1 referent of als er bij 1 referent 2 opdrachten zijn uitgevoerd, dan volstaat het formulier voor 2 opdrachten.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

18

Onderwerp:

4.5.1. Kerncompetentie 1

Vraag:

4.5.1. Kerncompetentie 1

Het referentief formulier doet vermoeden dat we 1 referentiekant kunnen opgeven, waar 2 opdrachten moeten zijn uitgevoerd die voldoen aan de gestelde eisen. Klopt dat?

Antwoord:

Zie antwoord vraag #17.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

20

Onderwerp:

CRM

Vraag:

Van welk CRM wordt gebruik gemaakt?

Antwoord:

Er wordt op dit moment geen gebruik gemaakt van een systeem. Summit wordt ingezet ten behoeve van oriëntatie activiteiten.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

21

Onderwerp:

DMP / CDP

Vraag:

Wordt er al gebruik gemaakt van een DMP (data management platform) of CDP (Customer Data Platform)? Zo ja, welk?

Antwoord:

Nee, hier wordt op dit moment geen gebruik van gemaakt.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr. 22
Onderwerp: Toekomstige studenten & Saxion

Vraag:
Wat is de belangrijkste reden dat (toekomstige) studenten kiezen voor Saxion?

Antwoord:
Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving. Deze informatie is pas relevant voor de uitvoerende partij, de opdrachtnemer en wordt na de definitieve gunning gedeeld.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr. 23
Onderwerp: BD deel A Online Marketingbureau v280921

Vraag:
In hoeverre zijn jullie tevreden met jullie huidige bureau?

Antwoord:
Deze vraag is naar mening van Saxion niet relevant voor het doen van een inschrijving. Tevens kan Saxion melden dat de scope van de opdracht zoals nu is aanbesteed, nieuw is ten opzichte van de huidige situatie.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr. 24
Onderwerp: BD deel A Online Marketingbureau v280921

Vraag:
In hoeverre maakt een ander bureau kans om de werkzaamheden over te nemen van het huidige bureau?

Antwoord:
Het betreft een openbare aanbesteding wat inhoudt dat bureau's die geïnteresseerd zijn in de aanbesteding zich kunnen inschrijven. De Inschrijver met de beste Prijs-kwaliteitsverhouding wint de aanbesteding.

Geen enkele partij heeft een voorsprong in deze aanbesteding.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Proces

Ref.nr.
25

Onderwerp:
BD deel A Online Marketingbureau v280921

Vraag:
Hoeveel bureaus doen mee aan de Aanbesteding?

Antwoord:
Het betreft een openbare aanbesteding wat inhoudt dat bureau's die geïnteresseerd zijn in de aanbesteding zich kunnen inschrijven. Saxion ziet pas na opening van de kluis in TenderNed hoeveel partijen zich daadwerkelijk hebben ingeschreven. Daarom kan er geen antwoord worden gegeven op de vraag.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Proces

Ref.nr.
26

Onderwerp:
BD deel A Online Marketingbureau v280921

Vraag:
Wat is de huidige verhouding tussen mediabudget en bureaunkosten?

Antwoord:
Saxion is van mening dat dit bedrijfsvertrouwelijke informatie betreft welke zij niet wenst te delen. Tevens is zij van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft om te kunnen inschrijven.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
27

Onderwerp:
BD deel A Online Marketingbureau v280921

Vraag:
Wat is het huidige management consultancy tarief?

Antwoord:
Saxion is van mening dat dit bedrijfsvertrouwelijke informatie betreft welke zij niet wenst te delen. Tevens is zij van mening dat een inschrijver deze

informatie niet nodig heeft om te kunnen inschrijven.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Contract

Ref.nr.
28

Onderwerp:
BD deel A Online Marketingbureau v280921

Vraag:
Komt de investering voor eventuele extra tooling uit het gecommuniceerde budget?

Antwoord:
Dat is juist.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
29

Onderwerp:
BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:
1. Kunnen wij toegang krijgen tot het Google Analytics account en Google Ads account, zodat we de huidige resultaten kunnen bekijken en een idee hebben van hoeveelheid verkeer, verdeling hiervan over kanalen /verkeersbronnen en conversiepercentages?

Antwoord:
In de aanbestedingsfase is Saxion hiertoe niet bereid. Uiteraard wordt deze informatie gedeeld met de winnaar van de aanbesteding.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
30

Onderwerp:
BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:
Worden data uit verschillende databronnen geïntegreerd en zo ja, op welke manier gebeurt dit nu?

Antwoord:
Via Google data studio heeft Saxion inzicht in verschillende databronnen.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
31

Onderwerp:
BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:
Gebruiken jullie bepaalde databronnen voor selectie aan de poort?

Antwoord:
Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
32

Onderwerp:
BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:
Wat is het conversieratio van open dag naar aanmelding?

Antwoord:
Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
33

Onderwerp:
BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:
Is er een onderstroom aan always-on inzet waar we op kunnen aanhaken?

Antwoord:
"Internationaal: zie <https://www.saxion.edu/studying-in-the-netherlands/application/deadlines>
Deeltijd: Voor start in febr. is dit 15 januari.
Voor start in sept. is dit 15 augustus
Voltijd: landelijk (wenselijke) deadline is 1 mei

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.

34

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wat doen jullie al aan offline media inzet?

Antwoord:

Saxion zet niet actief offline media in.

Beantwoord op: 19-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

35

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Welke kanalen/campagnes worden nu ingezet voor studentenwerving? Wat zijn hier de resultaten van?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

36

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Welke social kanalen zetten jullie actief in en hoe (organisch vs paid)?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

37

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wat zijn de huidige KPI's van de campagnes?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

38

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wat is de huidige cpv (cost per visitor)?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

39

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wat is de huidige cpa (cost per aanmelding)?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

40

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Een van de doelstellingen is: een verhoging van het aantal direct gekwalificeerde studenten voor onze opleidingen. Wat is dit aantal nu en wat is het target voor het nieuwe schooljaar?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

41

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wanneer zijn de deadlines voor het inschrijven van het studiejaar?

Antwoord:

"Internationaal: zie <https://www.saxion.edu/studying-in-the-netherlands/application/deadlines>

Deeltijd: Voor start in febr. is dit 15 januari.

Voor start in sept. is dit 15 augustus

Voltijd: landelijk (wenselijke) deadline is 1 mei"

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

42

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Zijn de data's van belangrijke evenementen al bekend en zo ja zijn deze te delen?

Antwoord:

Voor 2022 zijn de data nog niet bekend.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

43

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Welke indicatoren gebruiken jullie om inzicht te krijgen of mensen de juiste studiekeuze maken? (bv bepaalde regio's, vooropleidingen etc). Anders gezegd: kun je aan eerdere indicaties iets zeggen over uitval na het eerste jaar (speelt bv samen met een vriendin gaan een rol, verkleint dit de kans op

uitval?)

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

44

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Hoe ziet een opvolging van een aanmelding eruit?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

45

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wat is belangrijkste reden voor het bezoeken van de Open Dag? Oriënteren of bevestigen van al gemaakte keuzes?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

46

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Hoe helpen jullie op dit moment nieuwe studenten met hun studiekeuze?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft

voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
47

Onderwerp:
BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:
Wat zijn de voornaamste redenen van uitval in het Propedeusejaar?

Antwoord:
Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 19-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
48

Onderwerp:
BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:
Wat is jullie ervaring in het belang van de ouders tijdens het keuzemoment?

Antwoord:
Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
49

Onderwerp:
BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:
Wanneer begint het oriëntatieproces van nieuwe studenten?

Antwoord:
Dit is per student verschillend.

Beantwoord op: 18-10-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.

50

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Hoe lang voor mogelijk tot inschrijven beginnen de aanmeldingen?

Antwoord:

Dit is mogelijk vanaf het moment dat studielink wordt geopend. Normaliter is dit in de maand oktober van elk kalenderjaar.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

51

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Waar komen nu de meeste internationale studenten vandaan?

Antwoord:

Zie antwoord vraag #52

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

52

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

In welke landen dient de focus te liggen voor internationale werving van studenten?

Antwoord:

Voor online marketing richten we ons op de eerder vermelde landen waarbij Duitsland onze prioriteit heeft. De andere landen zijn Bulgarije, Roemenië, Indonesië, China, Griekenland en Italië. Dit zijn onze focus landen voor Online Marketing.

Beantwoord op: 19-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

53

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wat zijn de meest belangrijkste redenen van internationale studenten om voor Saxion te kiezen?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving. Deze informatie is pas relevant voor de uitvoerende partij, de opdrachtnemer en wordt na de definitieve gunning gedeeld.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
54

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wat maakt Saxion uniek t.o.v. andere opleidingsinstituten in Nederland, zowel voor nationale als internationale studenten?

Antwoord:

In de merkstrategie van Saxion is informatie te vinden over o.a. de positionering.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
55

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Hoe belangrijk zijn de ouders in het proces? We zien ze niet in de journey. Hoeveel % van de bezoekers aan de open dag is een ouder/verzorger?

Antwoord:

Voor ouders heeft Saxion een oudervoorlichting tijdens de online open dagen.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
56

Onderwerp:

BD deel B Online Marketingbureau 280921

Vraag:

Wat doen jullie nu om de ouders van potentiële studenten te bereiken?

Antwoord:

Er is een online campagne waarin Saxion ouders targetten voor deelname aan oudervoorlichting tijdens de online open dagen.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

57

Onderwerp:

AISUT - Artikel 14.4 : Tekortkoming, Schade, Verzekering en Aansprakelijkheid

Vraag:

De aansprakelijkheid is vrij stevig tot buitenproportioneel te noemen (voor de beperking van de aansprakelijkheid dient voorschrift 3.9d van de Gids Proportionaliteit aangehouden te worden). In onze branche is het de norm om schade te beperken tot 1 á 2 maal de opdrachtwaarde voor dat jaar. In de huidige vorm is de beperking 3 tot 10 maal de aansprakelijkheid. Is Saxion bereidt om de maximale aansprakelijkheidsbedragen te beperken conform branchenormen?

Antwoord:

Saxion is niet bereid om aansprakelijkheid te wijzigen aangezien zij van mening is dat door artikel 14.5 AISUT de aansprakelijkheid proportioneel is. Zie ook antwoord op vraag 1.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Contract

Ref.nr.

58

Onderwerp:

AISUT - Artikel 14.1 : Tekortkoming, Schade, Verzekering en Aansprakelijkheid

Vraag:

In onze branche is het de norm om schade te beperken tot directe schade en daarbij indirecte schade, gevolgschade, gederfde winst, gemiste besparingen, verminderde goodwill en schade door bedrijfsstagnatie uit te sluiten. Is Saxion bereidt om Aansprakelijkheid te beperken tot directe schade?

Antwoord:

Het gaat erom dat er niet meer informatie wordt verstrekt dan het maximum wat per gunningscriterium is opgenomen. Op het moment dat hyperlinks

worden opgenomen zonder dat daar toestemming voor is gegeven in de het betreffende gunningscriterium, betekent dit dat Inschrijver meer informatie verstrekt dan maximaal is toegestaan. Dit geldt ook voor informatie dat publiekelijk beschikbaar is zoals een website, publicatie in een blad of verwijzing naar een boek of gelijkwaardig.

Beantwoord op: 19-10-2021

Label: Contract

Ref.nr.
59

Onderwerp:
AISUT - Artikel 12: Garantie

Vraag:

24 maanden garantie voor digitale marketing diensten is buiten proportioneel lang te noemen. Bent u bereidt om hier een redelijke termijn aan te koppelen (dan wel in de raamovereenkomst) die aansluiting vindt bij de gevraagde diensten?

Antwoord:

Saxion stelt de termijn van 24 maanden bij naar 10 maanden, dit in relatie tot het wervingsjaar.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Contract

Ref.nr.
60

Onderwerp:
3.3 Kwaliteitscriterium 4: Meetbaarheid en effectiviteit

Vraag:

Hoeverre zijn er op dit moment initiatieven om first party data te verzamelen op jullie site of via offline events?

Antwoord:

Op dit moment wordt er slechts beperkt gebruik gemaakt van first party data.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
61

Onderwerp:
3.3 Kwaliteitscriterium 4: Meetbaarheid en effectiviteit

Vraag:

Vanuit welke bronnen importeren jullie data?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
62

Onderwerp:

3.3 Kwaliteitscriterium 4: Meetbaarheid en effectiviteit

Vraag:

Wat is de belangrijkste informatiebehoefte per stakeholder?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
63

Onderwerp:

Algemeen

Vraag:

In hoeverre heeft Covid impact gehad op jullie campagnevoering vorig jaar?

Antwoord:

De wijziging van offline open dagen en avonden naar een online variant heeft de meeste impact gehad.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
64

Onderwerp:

Algemeen

Vraag:

Hebben specifieke opleidingen/studierichtingen nog grotere behoefte dan andere opleidingen waar extra aandacht voor moet zijn?

Antwoord:

Er zijn opleidingen die meer aandacht vergen dan andere opleidingen. Saxion is van mening dat een inschrijver geen nadere informatie benodigd

voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
65

Onderwerp:
Algemeen

Vraag:

Wat is jullie huidige instroom in studenten?

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
66

Onderwerp:
Algemeen

Vraag:

Is het toegestaan om bijlages toe te voegen ter ondersteuning van de antwoorden?

Antwoord:

Het toevoegen van bijlages is enkel toegestaan als het gunningscriterium hier expliciet toestemming voor geeft. Een bijlage toevoegen zonder dat daar ruimte voor is gegeven in de beantwoording, wordt niet meegenomen in de beoordeling.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
67

Onderwerp:
Overzicht paid kanalen

Vraag:

Hebben jullie een overzicht van de inzet van paid media per land? Denk aan Baidu voor China en Yandex voor Rusland.

Antwoord:

Saxion is van mening dat een inschrijver deze informatie niet nodig heeft voor een marktconforme inschrijving.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
72

Onderwerp:

Beschrijvend document; Deel B, Scope van de opdracht

Vraag:

Via welke media wil Saxion dat de campagnes door de leverancier worden uitgevoerd?

Antwoord:

Het is aan Opdrachtnemer om voorstellen te doen richting Saxion vanuit de ontvangen opdracht.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
73

Onderwerp:

Beschrijvend document; Deel B, Scope van de opdracht

Vraag:

Hoeveel medewerkers zijn nu nodig om het uit te besteden werk uit te voeren?

Antwoord:

De scope van deze opdracht is, qua samenstelling, nieuw voor Saxion waardoor hier geen antwoord op gegeven kan worden.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.
74

Onderwerp:

Beschrijvend document; Deel B, Scope van de opdracht

Vraag:

Kunt u aangeven hoe groot het volume aan campagnes zal zijn per medium?

Antwoord:

Dat is op dit moment nog niet bekend en zal afhankelijk zijn van hetgeen door het Strategisch marketingbureau en DMC aan concepting wordt uitgezet.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

75

Onderwerp:

Beschrijvend document; Deel B, Scope van de opdracht

Vraag:

We gaan ervan uit dat de leverancier ook zorg draagt voor de tekstuele inhoud en het ontwerp van de bijlagen van de campagnes. Kunt u dit bevestigen?

Antwoord:

De aanname is juist.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

76

Onderwerp:

Beschrijvend document; Deel B, Scope van de opdracht

Vraag:

We gaan ervan uit dat het maken van rapportages en analytics ook binnen de scope van de opdracht vallen. Kunt u dit bevestigen?

Antwoord:

De aanname is juist.

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

77

Onderwerp:

Vragen saxion

Vraag:

1. Om onze inzichten vanuit externe data over de doelgroep nog waardevoller te maken koppelen we deze graag aan interne cijfers. Tot welke (interne) data krijgen we toegang?

2. Zijn learnings (over de gehele funnel) uit eerdere campagnes/acties gedocumenteerd en beschikbaar?

3. Zijn de andere opdrachtnemers waarmee moet worden samengewerkt al bekend?

4. (strategisch) online marketing is in scope, strategisch marketing is out-of-

scope. Waar zit hier de scheiding en hoe zijn keuzes over overlappende onderwerpen en onderlinge communicatie überhaupt ingericht?

5. Kunnen we zelf ook sturen in de frequentie van tactisch overleg? (eerder meer dan minder)

6. KPI's rapporteren we in onze eigen ontwikkelde dashboards & visualisatie. Kunnen we de blijven hanteren (bewezen effectief) of is er een eigen opzet van (management) rapportages waar we naar toe moeten werken? Idem voor 'metingen en software'

7. Fotografie film media creativiteit – waar komt dit vandaan?

Antwoord:

ad1) Tot alle beschikbare data die relevant is voor het uitvoeren van de opdracht.

ad 2) Data uit eerdere campagnes is inzichtelijk via Google Analytics.

ad 3) Het strategisch marketingbureau is Blutarsky Content Creatie. De overige aanbesteding zijn lopende waardoor andere opdrachtnemers nog niet bekend zijn.

ad 4) Saxion verwacht een nauwe samenwerking tussen online marketing en strategisch marketing. Hierbij dienen bureaus met elkaar te schakelen en geeft Saxion kaders mee.

ad 5) De frequentie in overleg staat niet vast. Bureaus kunnen aangeven of ze meer of minder overleg wenselijk vinden.

ad 6) Saxion maakt gebruik van meerdere op maat gemaakte KPI dashboards. Bureaus mogen aanvullende dashboards en visualisaties aanbieden.

ad 7) Fotografie en video wordt zowel inhouse als via preferred suppliers gemaakt. "

Beantwoord op: 18-10-2021

Label: Inhoud

Ref.nr.

78

Onderwerp:

Verkeerd antwoord vraag 58

Vraag:

Het antwoord op vraag 58 is foutief gepubliceerd.

Antwoord:

Het juiste antwoord wordt in de 2e NvI beantwoord.

Beantwoord op: 19-10-2021

Label: Juridisch