

Summa College

Reclamebureau

Vragen ten behoeve van de eerste

Nota van Inlichtingen

18-3-2022



Er is een nieuwe versie van de volgende documenten:

Opmerkingen:

- Summa Reclamebureau prijzenblad 2022-03-18

	Betreft	Vraag	Antwoord
1	Lokale partner	Is er een voorkeur voor samen te werken met een lokale partner? Zo ja, wat verstaat opdrachtgever onder een lokale partner?	Er is geen voorkeur. Het is voor Summa belangrijk dat ze contracten sluiten met partijen die de organisatie begrijpen, de doelen nastreven en kennis hebben van de doelgroep(en).
2	Onderdeel A	Mag er bij opdrachten 2 en 3 onder onderdeel A worden gewerkt met video en/of animatie?	Het is aan inschrijver hoe daar invulling aan wordt gegeven. Er dient alleen rekening gehouden te worden met de kaders die zijn gesteld.
3	Onderdeel A	Mag er bij opdracht 1 worden gewerkt met QR-codes of augmented reality?	Dat is toegestaan.
4	Onderdeel A	Zijn er vormvereisten aan de in te dienen bestanden van onderdeel A? Hiermee doelen we bijvoorbeeld, maar niet uitsluitend op: - of dit drukbestanden/HR bestanden moeten zijn; - of het voorzien moet worden van een onderbouwing/opbouw; - of er mock-ups/voorbeelden gewenst zijn.	Een afbeelding, video, etc. is voldoende. Er zijn geen bepaalde vormvereisten waaraan voldaan moet worden. Onderbouwing is niet toegestaan. Er wordt alleen beoordeeld op de drie aangeleverde communicatiemiddelen.
5	Op locatie bij spoedopdrachten	Wat is de maximale aanrijtijd wanneer er bij spoedopdrachten aanwezigheid op locatie vereist is?	Aanwezigheid op locatie zal weinig voorkomen. Bijna alles gaat online. In het uiterste geval is dat binnen een dagdeel.
6	Voorkeur partij waarmee in het verleden in samengewerkt	Is er een voorkeur voor een partij waarmee Summa in het verleden heeft samengewerkt?	Er is vanuit het Summa College geen voorkeur voor een partij.
7	2.3 Omvang van de opdracht	Is de omvang van de gehele opdracht € 200.000,- of is dit de opdrachtomvang per partner?	€200.000 was de omvang van de gehele opdracht per jaar in de afgelopen vier jaar.
8	Prijzenblad	In het document Summa Reclamebureau Prijzenblad 2022-02-21.xlsx lijkt het erop dat de plek waar de naam van de inschrijver ingevuld dient te worden een beveiligde cel is. Dat terwijl staat aangegeven dat de geel gearceerde velden ingevuld dienen te worden. Dient de naam van de inschrijver wel of niet ingevuld te worden? Indien dit wel het geval is, volgt er dan een aangepast excel-document waar de in te vullen velden niet beveiligd zijn?	De naam van de inschrijver dient wel te worden ingevuld. Er wordt een nieuwe versie van het prijzenblad geüpload waarin alle gele cellen ingevuld kunnen worden.
9	Prijzen inclusief BTW	Dienen de uurtarieven, die de inschrijver in dient te vullen in het prijzenblad, inclusief BTW te zijn?	Alle gevraagde prijzen zijn inclusief btw. Zie paragraaf 5.2 van het proceduredocument.
10	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.1	Heeft u documenten waarin uitgebreider beschreven staat wat de doelen, positionering, identiteit en merkenstrategie van het Summa College zijn? Zo ja, wilt u deze beschikbaar stellen.	In het proceduredocument (hoofdstuk 1) staat een omschrijving van Summa. Voor meer informatie wil ik u doorverwijzen naar de website van Summa.

11	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.1	Wat heeft u vastgelegd ten aanzien van uw huidige positionering, identiteit en merkstrategie?	Dit is niet beschikbaar voor extern gebruik. Eventueel kan er informatie worden gezocht in het jaarverslag van 2020, te vinden op de website van Summa.
12	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.2	Geeft u zelfstandig uitvoering aan de strategische opdrachten of heeft u hiervoor een adviserende partij gecontracteerd?	Bij strategische opdrachten is waar nodig een derde partij betrokken.
13	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.2	Wat is de reden dat u kiest voor het selecteren van twee partijen?	De reden waarom Summa kiest om een contract te sluiten met twee partijen is de mate van flexibiliteit.
14	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.3	Kunt u voorbeelden geven van nadere overeenkomsten die gedurende het jaar in opdracht worden gegeven?	Het opmaken van posters, flyers, roll-up banners, spandoeken, online banners, front-end voor websites of onepagers, (online) advertenties, brochures, animaties maken, powerpoint presentaties, opmaak van diverse campagnemiddelen, visitekaartjes, diplomamappen en ansichtkaarten, uitnodigingen, bestickering trekker/trailer/wanden, stickers, etc.
15	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.3	Kunt u aangeven wat de gemiddelde opdrachtwaarde per opdracht is?	Dit varieert van een paar honderd tot een paar duizend euro.
16	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.3	Is de omzet inclusief of exclusief BTW?	Dit is inclusief btw.
17	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 3.9	Paragraaf 3.9 wijkt af van de beschreven inschrijfvergoeding in paragraaf 5.4. Kunt u bevestigen dat paragraaf 5.4 juist is?	Dat klopt. Paragraaf 5.4 is juist en paragraaf 3.9 komt te vervallen.
18	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, Indeling van inschrijving (3.1.1.2)	U geeft aan: "Inschrijvers dienen de antwoorden op open vragen en de prijs in te dienen zonder opmaak die het kopiëren bemoeilijkt. Hiermee wordt onder andere bedoeld het gebruik van koppen, opmaakstijlen, kolommen en afstand voor en na alinea's." Bedoelt u hiermee dat alle tekst zonder opmaak moet worden ingediend?	Dat stukje tekst is niet van toepassing. Antwoorden op de open vragen dienen in pdf formaat te worden aangeleverd en de tekst mag met opmaak worden ingediend.
19	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, Indeling van inschrijving (3.1.1.2)	Is het toegestaan om opmaak toe te passen in het document om de leesbaarheid te vergroten?	Dat is toegestaan.
20	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, Vragen ten behoeven van de inschrijving (5.1)	Kunt u uitleggen op welke wijze u de punten toekent voor Onderdeel A?	Onderdeel A wordt volgens hetzelfde beoordelingskader beoordeeld als onderdeel B. Per criteria (zie paragraaf 6.3 van het proceduredocument) wordt gekeken in welke mate de uitgevoerde opdracht aansluit bij Summa.
21	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, Vragen ten behoeven van de inschrijving (5.1)	Op welke wijze maakt u kenbaar welke partijen zijn aangemerkt als eerste vijf gerangschikte inschrijvingen?	Dit wordt voor alle inschrijvers op hetzelfde moment bekend gemaakt. Dit is op de datum van het verzenden van de gunningsbeslissing en gebeurt schriftelijk.
22	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, Vragen ten behoeven van de inschrijving (5.1)	Hoe gaat u om met gelijke scores op plek 5?	Dan worden beide partijen meegenomen in de beoordeling van onderdeel B.

23	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, Vragen ten behoeven van de inschrijving (5.1)	Wanneer alle inschrijvers hoog scoren betekent dit u afscheid moet nemen van goede partijen op basis van de door u gehanteerde systematiek. U kunt ook een ondergrens inbouwen, zodat u alleen kwalitatief sterke partijen selecteert. Dit doet meer recht aan de inspanningen van de inschrijver. Bent u bereid dit aan te passen?	Een ondergrens kan per definitie ook betekenen dat er minder partijen door zullen gaan. Voor Summa is dit geen passende manier om te beoordelen.
24	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, Vragen ten behoeven van de inschrijving (5.1)	Op onderdeel A zijn slechts 30 punten te behalen. Dit betekent dat een inschrijver op plaats 6 nog ruimschoots de mogelijkheid heeft om de winnende inschrijver te worden. Wat is uw overweging om inschrijvingen die lager dan plek 5 eindigen niet mee te nemen in de beoordeling van onderdeel B en prijs?	Opdrachtgever heeft ervoor gekozen om ergens een grens te trekken. 5 inschrijvers was daarbij een passend aantal. Het is voor Summa ook belangrijk wat de antwoorden op de open vragen zijn van de 5 best gerangschikte inschrijvers en onderdeel A hoeft dus inderdaad niet doorslaggevend te zijn, alleen creativiteit is niet zaligmakend.
25	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, onderdeel B	Kunt u toelichten op welke andere partijen u doelt?	Met andere partijen wordt onder andere de drukker bedoeld (zie ook eis 4 en 5).
26	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, onderdeel B (5.1)	Kunt u aangeven wat voor u een spoedopdracht is?	Spoedopdrachten zijn opdrachten die binnen één dag opgepakt worden en zo snel mogelijk worden afgehandeld.
27	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, onderdeel B (5.1)	Kunt u voorbeelden geven van spoedopdrachten die voorkomen bij Summa College?	Voorbeelden van spoedopdrachten zijn: posters nieuwe maatregelen in verband met Corona, banners of andere communicatiemiddelen voor open dagen, andere ad hoc gebeurtenissen.
28	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, onderdeel B (5.1)	Kunt u aangeven hoe vaak een spoedopdracht voorkomt?	Dit is lastig om in te schatten.
29	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 5.2	Het is gebruikelijk om prijzen in te dienen exclusief BTW. Is het correct dat u de prijzen inclusief BTW wilt zien in het prijzenblad?	Dat is correct.
30	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, Beoordeling van antwoorden op opdrachten en vragen (6.3)	Kunt een voorbeeldberekening geven van een inschrijving die niet in aanmerking komt voor gunning door een te lage score?	Voor onderdeel A en B samen moeten minimaal 36 punten (de helft plus 1) worden gescoord. Wanneer een inschrijving niet het minimaal aantal punten heeft behaald, wordt deze niet meegenomen in het subgunningscriterium prijs.
31	Summa Reclamebureau (concept)overeenkomst 2022-02-21, artikel 3	Kunt u aangeven wat een reden is voor een tussentijdse opzegging?	Dat kan verschillende redenen hebben. Een voorbeeld van zo'n reden is bijvoorbeeld het herhaaldelijk niet nakomen van afspraken.
32	Summa Reclamebureau (concept)overeenkomst 2022-02-21, artikel 3	Inschrijvers doen een behoorlijke inspanning om in aanmerking te komen van een overeenkomst. Een opzegbepaling brengt een risico met zich mee dat opdrachtgever eerder afscheid neemt van een opdrachtnemer. Kunt u bevestigen dat terughoudend wordt omgegaan met een opzegbepaling, gezien partijen behoorlijke inspanningen hebben gedaan om tot een overeenkomst te komen?	Summa College heeft niet de intentie het contract met de gecontracteerde partijen op te zeggen en er wordt uiteraard terughoudend omgegaan met de opzegbepaling. Er wordt altijd in overleg getreden om de situatie te verbeteren. Opdrachtgever wil het recht behouden om in bijzondere situaties de overeenkomst op te kunnen zeggen.
33	Programma van eisen, eis nr 8	Strategische marketing partner: Is dit een externe partij of een interne collega/afdeling van het Summa College?	Zie het antwoord op vraag 12.

34	Programma van eisen, eis nr 8	In welke vorm is het mogelijk om strategisch mee te denken in opdrachten die bij de gekozen partij worden neergelegd?	Er zijn wat Summa College betreft weinig strategische componenten aanwezig bij deze opdracht. Wanneer Opdrachtnemer binnen deze overeenkomst hier ideeën over heeft, kan dat wel neergelegd worden bij Opdrachtgever. In principe vallen strategische opdrachten buiten deze opdracht.
35	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.2	Is er ruimte voor aanpassingen/aanscherping van de huidige positionering, identiteit en merkstrategie?	Strategische opdrachten die samenhangen met het ontwikkelen of herzien van de identiteit, positionering en merkstrategie zijn geen onderdeel van dit contract.
36	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.2	'De opdracht betreft het voor Summa College ontwikkelen, vormgeven, (laten) produceren van on- en offline communicatiemiddelen op basis van de huidige positionering, identiteit en merkstrategie...' Wat is de reden dat dit buiten de opdracht valt?	Zie paragraaf 2.2 van het proceduredocument. Hetgeen wat u beschrijft omvat de gehele opdracht.
37	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 2.6	De mate van tevredenheid wordt beoordeeld op basis van onder meer de creativiteit. Echter zullen er ook kaders zijn die door de strategische partner worden gesteld. Welke kaders zijn er?	De huidige positionering, identiteit en de merkstrategie omvatten de algemene kaders die voor elke opdracht gelden. Per opdracht zullen, waar nodig, specifieke kaders bekend worden gemaakt.
38	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 4.2.2	Wat is de reden dat er een minimale waarde wordt meegegeven aan de kerncompetenties?	Door de invulling die Summa verwacht bij de uitvoering van deze opdracht is het voor hen relevant om te weten of inschrijver reeds eerder een opdracht uit heeft gevoerd met een dergelijke significante omvang die samenhangt met de mate van dienstverlening die Summa in haar opdracht vraagt.
39	Proceduredocument: aanbesteding reclame bureau, paragraaf 4.2.2	In de gevraagde kerncompetenties vraagt u specifieke ervaring. De minimale waarde van opdrachten die u hieraan koppelt staat niet in verhouding tot de gevraagde referenties. Wij stellen voor dat u deze referentie-eisen aanpast, waardoor u ook rekening houdt met het MKB zoals u in paragraaf 2.4 aangeeft. Wilt u de minimale waarde naar beneden bijstellen voor de gevraagde kerncompetenties?	Deze minimale waarde is bewust gekozen. Deze waarde kan meerdere opdrachten bij één opdrachtgever omvatten. Het MKB wordt hiermee dus niet per definitie benadeeld.
40	Geschiktheidseisen 4.2.2 en 4.3	Mag voor het aantonen van de eerste vereiste kerncompetentie (ervaring doelgroep jongeren tussen 14 en 20 jaar) de referentie een opdrachtgever zijn waar meerdere opdrachten voor zijn uitgevoerd die gericht waren op de gevraagde doelgroep en samen meer dan € 50.000 per jaar waren?	Dat is akkoord en dit is inderdaad wat wordt bedoeld met deze kerncompetentie.
41	kick - off	Onze ervaring leert dat een kick-off alvorens wij starten aan een opdracht bijdraagt aan de snelheid en kwaliteit van het op te leveren werk. Is het mogelijk om, voordat wij aan de proefopdracht beginnen, een (video)call in te plannen om de proefopdracht gezamenlijk door te nemen?	Nee, dit is niet mogelijk.

42	video's / animaties	Bij de proefopdrachten 2 en 3 refereren jullie naar een 'social media advertentie'. Is het mogelijk om hiervoor een video's / animaties in te dienen? Veel algoritmes van social media kanalen geven voorrang aan videografische beelden. Daarnaast maakt dit het mogelijk om de boodschap beter over te brengen op de doelgroep.	Zie het antwoord op vraag 2.
43	Invulling omvang opdracht van 200.000 euro	Er wordt aangegeven dat er een bedrag rond de 200.000 euro per jaar aan te pas zal komen. Is dit bedrag enkel voor realisatie, of ook voor de inkoop van middelen? Indien het ook voor inkoop van middelen is; draagt de aannemer daar de verantwoordelijkheid voor?	Het gaat alleen om de creatieve uitvoering van de opdrachten en niet om de realisatie (bijv. het drukken).
44	Omvang Summa-breed	Twee onderdelen van de opdracht richten zich op Summa-breed. Worden hiermee de 26 middelbare scholen van Summa bedoeld?	Dat is correct.
45	Concurrerende scholen	Welke twee scholen zijn het meest concurrerend met Summa, Montessori College en Het Ster College?	De scholen die het meest concurrerend zijn met Summa College zijn ROC Ter AA en De Rooi Pannen.
46	Fotografie verantwoordelijkheid	Is er een database met fotografie? Zijn er vaste fotografen waar Summa mee werkt of valt dit ook onder de verantwoordelijkheid van de aannemer?	Er is een mediabank waarmee Summa werkt en vaste freelance fotografen. Dit valt dus niet onder de verantwoordelijkheid van de aannemer.
47	Social media verantwoordelijkheden	In hoeverre krijgen we toegang tot de social media accounts? Wie is verantwoordelijk voor beheer, inkoop en monitoring van social media advertenties?	Opdrachtnemer krijgt geen toegang tot de social media accounts. De verantwoordelijkheid voor het beheer, de inkoop en monitoring van social media advertenties is intern geregeld.
48	Aantal referenties	Is het mogelijk om meerdere referenties aan te leveren, om te laten blijken dat we aan beide kerncompetenties onder 4.2.2. ruim kunnen voldoen?	Per kerncompetentie is het de bedoeling dat dit bij één opdrachtgever is uitgevoerd. De reden hiervoor is dat dan kan worden gecontroleerd dat een partij de opdracht bij Summa aankan. Zie verder ook het antwoord op vraag 38.
49	Spoedopdracht	Wat verstaat aanbestedende dienst onder spoedopdrachten?	Zie de antwoorden op vragen 26 en 27.
50	Merkverhaal	Voor de uitwerking van de opdrachten zouden wij graag nog wat meer achtergrondinformatie over het Summa College willen ontvangen. Is het wellicht mogelijk om de kernwaarden en het merkverhaal van Summa te delen met de gegadigden?	Zie het antwoord op vraag 10.
51	Aantal contactpersonen Summa	Hoeveel contactpersonen gaan er vanuit Summa zijn? Dit zijn de personen die met onze projectmanager in dit geval gaan schakelen.	Dit is geen vast aantal. De Marketing en Communicatie collega's die betrokken zijn bij de projecten en productie zullen schakelen met Opdrachtnemer.
52	Strategie	Is de strategie nog steeds 'Anticiperen, innoveren en blijven leren' met de bijbehorende drie speerpunten? Of is dit voor de komende middellange termijn aangepast?	Zie het antwoord op vraag 10.