

Aanbesteding: Marketing en Communicatiebureau
Aanbestedende Dienst: Stichting Openbaar Voortgezet Onderwijs Fryslân-Noord
Referentie: 2021-M&C

Toelichting:

Ref.nr. **Onderwerp:**
1 Beoordeling praktijkcasus

Vraag:

Bij de beoordeling van de kwaliteit van de praktijkcasus wordt gekeken naar de inzet uren en % senioriteit in relatie tot de opdrachtwaarde. Welk inzicht wilt u hiermee precies krijgen en wanneer is dit goed?

Antwoord:

De afdeling Marketing en Communicatie binnen Stichting OVO kent een beperkte capaciteit. Hierdoor ervaren zij de dienstverlening van een communicatie/marketing bureau als verlengstuk van de eigen dienstverlening. Dit kenmerkt ook de samenwerking. Voor de praktijkcasus is door de afdeling een geschatte invulling gegeven aan de uitvoering van de opdracht in uren en rollen (junior/medior/senior). De beoordeling zal plaatsvinden met deze invulling als meetlat. Per definitie geldt als uitgangspunt dat een hogere passende senioriteit/ specifieke ervaring in de uitvoering de voorkeur heeft.

Beantwoord op: 13-01-2022
Label: Inhoud

Ref.nr. **Onderwerp:**
2 Planning aanbesteding

Vraag:

Indien van toepassing over de procedure: er wordt de mogelijkheid gegeven om nog vragen te stellen nadat de datum daarvoor is verstreken. Heeft dit nog gevolgen voor de uiterste datum van inschrijving?

Antwoord:

Nee, vooralsnog heeft dit geen consequenties voor de opgenomen planning. Inschrijvers hebben te allen tijde de mogelijkheid om vragen en/of onduidelijkheden kenbaar te maken bij de aanbestedende dienst. Dit heeft als doel dat de behoefte en de uiteindelijke inschrijving zo goed mogelijk op elkaar aansluiten.

Beantwoord op: 13-01-2022
Label: Proces

Ref.nr.
3

Onderwerp:
Open dagen

Vraag:

De bedoeling is om de open dagen te promoten. Het is 18 februari en de open dagen zijn geweest. Hoeveel bezoekers willen jullie dan hebben gehad in Harlingen en Franeker, als de open dagen een succes zijn geweest?

Antwoord:

Ongeveer 100-120 potentiële leerlingen in Franeker, 400 – 450 potentiële leerlingen in Harlingen.

Beantwoord op: 13-01-2022
Label: Inhoud

Ref.nr.
4

Onderwerp:
Campagne

Vraag:

Er wordt specifiek gevraagd om de campagne te richten op leerlingen/ouders die Simon Vestdijk niet overwegen of nog twijfels hebben. Hebben jullie zicht op wie deze groep is? En zo ja, kan deze groep rechtstreeks worden benaderd?

Antwoord:

We hebben deze niet in beeld. Wel weten we dat het vaak ouders/verzorgers /leerlingen zijn die zich ook richten op andere VO-school in Franeker, in St.-Annaparochie en in het overlap gebied met Leeuwarden (regio Dronrijp /Menaldum) op het aanbod in Leeuwarden. Er zijn geen uitgebreide gegevens van de specifieke twijfelaars of niet overwegende ouders /leerlingen. Er zijn wel emailadressen van de totale groep bezoekers van de voorlichtingen en beleefdagen.

Beantwoord op: 13-01-2022
Label: Inhoud

Ref.nr.
5

Onderwerp:
Budget

Vraag:

Is er een budget vastgesteld ten aanzien van social media advertising?

Antwoord:

Niet een specifiek budget voor social media advertising. Alleen een

overkoepelend budget waar dit onderdeel deel van uitmaakt.
Een gedegen advies op de inzet die nodig is om het gewenste doel te behalen gekoppeld aan de kosten, verwachten wij te krijgen van het marketing-communicatiebureau.

Beantwoord op: 13-01-2022
Label: Inhoud

Ref.nr. **Onderwerp:**
6 Simon Vestdijk

Vraag:
Hebben jullie inzicht in wat in wat de redenen zijn waarom ouders en leerlingen niet voor Simon Vestdijk kiezen?

Antwoord:
Deels n.a.v. onderzoeken naar het keuzeproces van de leerling.

Beantwoord op: 13-01-2022
Label: Inhoud

Ref.nr. **Onderwerp:**
7 Concurrenten

Vraag:
Wie is/zijn de belangrijkste concurrent(en) van Simon Vestdijk Harlingen en Franeker?

Antwoord:
AMS Franeker, ook maar in iets mindere mate: Ulbe van Houten St.-Annaparochie en de scholen voor VO in Leeuwarden (met name voor leerlingen woonachtig in regio Dronrijp/Menaldum).

Beantwoord op: 13-01-2022
Label: Inhoud

Ref.nr. **Onderwerp:**
8 Huisstijl

Vraag:
Er wordt 'Vormgegeven post(s) of advertentie in tekst en beeld' uitgevraagd. Aangezien er geen huisstijlhandboek is meegestuurd, in hoeverre moet er rekening gehouden worden met de bestaande huisstijl van Simon Vestdijk?

Antwoord:

Voor zicht op de creativiteit en inzet van tekst en beeld om de doelgroep te bereiken bij deze fictieve casus is dit niet direct van belang. Het is wel van belang bij uitvoer van daadwerkelijke opdrachten, omdat we de huisstijl ook de komende periode blijven gebruiken. Om bureaus zicht te geven op de huisstijl, is een huisstijlhandboek als document toegevoegd. Het mag gebruikt worden voor de casus.

Beantwoord op: 13-01-2022**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

9

Onderwerp:

website

Vraag:

In de opdrachtomschrijving wordt gesproken dat in dec/jan een nieuwe website gelanceerd wordt. Klopt het dat deze nog niet zichtbaar is op vestdijk.nl en we hier in de aanbesteding nog niet op kunnen anticiperen?

Antwoord:

Dat is correct. De live-gang is opgeschoven.

Beantwoord op: 13-01-2022**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

10

Onderwerp:

Slogan

Vraag:

Is er een toelichting te geven op de nieuwe slogan 'Kom verder met Vestdijk'? Hoe is deze tot stand gekomen? Wat is de achterliggende gedachte?

Antwoord:

Deze is tot stand gekomen naar aanleiding van eerder gevoerde positioneringssessies/profileringsessies waarin het verhaal van de school is opgetekend.

Beantwoord op: 13-01-2022**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

11

Onderwerp:

Slogan

Vraag:

In de missie staat dat de ambitie is om het beste uit leerlingen te halen. Slaat de pay-off 'Kom verder met Vestdijk' op deze ambitie en zo ja, is daar ook expliciete bewijsvoering voor: aan wat kan worden gezien dat die ambitie wordt ingevuld?

Antwoord:

Aan het pedagogisch-didactische concept en handelen, aan de inrichting van het onderwijs en de doorontwikkeling daarvan. Informatie hierover is onder andere te vinden in de schoolplannen van de scholen (via website/digitale schoolgids).

Beantwoord op: 13-01-2022

Label: Inhoud