



Marktconsultatiedocument

Marketing – Avans Hogeschool

Datum
Onderwerp

22 februari 2022
Concept

Voorwoord

Voor u ligt het marktconsultatiedocument ter voorbereiding op de aanbestedingsprocedure "Marketing" van Avans Hogeschool.

In het kader van de opkomende aanbesteding "Marketing" heeft er na de eerder gehouden marktconsultatie in november 2021 een nadere concretisering van de ambities, doelstellingen en opdrachtomschrijving plaatsgevonden. Avans is van mening dat het nogmaals organiseren van een marktconsultatie een waardevolle bijdrage kan leveren aan de kwaliteit van de opdrachtomschrijving en de nadere vormgeving van het eisenpakket. Avans wenst dan ook middels deze marktconsultatie te toetsen of de juiste weg is ingeslagen met de opgestelde opdrachtomschrijving en perceelindeling in het licht van de vastgestelde doelstellingen en ambities van Avans.

Avans wil uiteindelijk graag een passende en doelmatige overeenkomst sluiten naar tevredenheid van alle partijen en dit begint aan de voorkant. Avans realiseert zich dat het geen kleine opgave is om aan deze marktconsultatie deel te nemen. Op voorhand wil Avans u dan ook hartelijk bedanken voor de genomen tijd en moeite om mee te werken aan deze marktconsultatie.

Inhoudsopgave

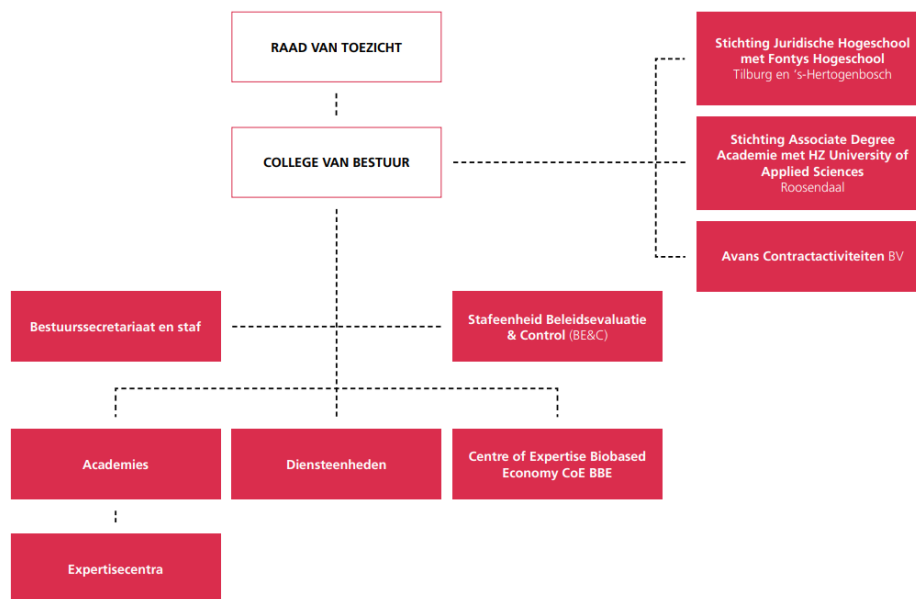
Voorwoord	1
Inhoudsopgave	2
1. Inleiding.....	3
1.1. Algemene informatie Avans.....	3
1.2. Strategie Avans	3
1.3. Introductie Organisatieonderdeel	4
1.4. Opdrachtschrijving.....	6
2. Doelstelling en uitgangspunten.....	12
2.1. Aanleiding	12
2.2. Doelstelling van marktconsultatie	12
2.3. Doelstellingen van de aanbestedingsprocedure	12
3. Procedure en invulling marktconsultatie.....	13
3.1. Juridische en procedurele aspecten rond marktconsultatie	13
3.2. Contactpersonen Avans	13
3.3. Inrichting en vormgeving marktconsultatie.....	13
3.4. Planning.....	14
3.5. Vertrouwelijkheid	14
3.6. Nederlandse taal.....	14
4. Vragen.....	15

1. Inleiding

1.1. Algemene informatie Avans

Avans behoort met bijna 35.000 studenten, 54 hbo-opleidingen, 4 masters, masters en ruim 3.000 medewerkers tot de grotere hogescholen van Nederland. Avans heeft locaties in Breda, 's-Hertogenbosch, Roosendaal en Tilburg. En verzorgt voltijd-, deeltijd- en duaal onderwijs.

De opleidingen zijn ondergebracht bij 11 academies (inclusief de Juridische Hogeschool Avans-Fontys, St. Joost School of Art & Design en Associate Degrees Academie Avans-HZ). Op 1 september 2018 is daar nog de Associate degrees Academie bijgekomen. Ter ondersteuning van de academies en het College van Bestuur zijn er 6 ondersteunende diensteenheden en 2 stafeenheden. Daarnaast heeft Avans 6 expertisecentra en meer dan 30 lectoraten. Lectoren, docenten en studenten doen hier praktijkgericht onderzoek. Aanvullende informatie over de organisatiestructuur staat op de website: avans.nl/over-avans/organisatie.



1.2. Strategie Avans

Visie

Het verschil maken, dat willen we bij Avans. Door wat we doen en door hoe we het doen. Dat doen we allemaal: onze studenten, onze alumni en onze medewerkers. Wij dagen onze studenten uit. Helpen hen om het maximale uit zichzelf te halen. Zich te ontwikkelen tot personen die een duurzame bijdrage leveren aan de complexe samenleving waarin zij leven en gaan werken.

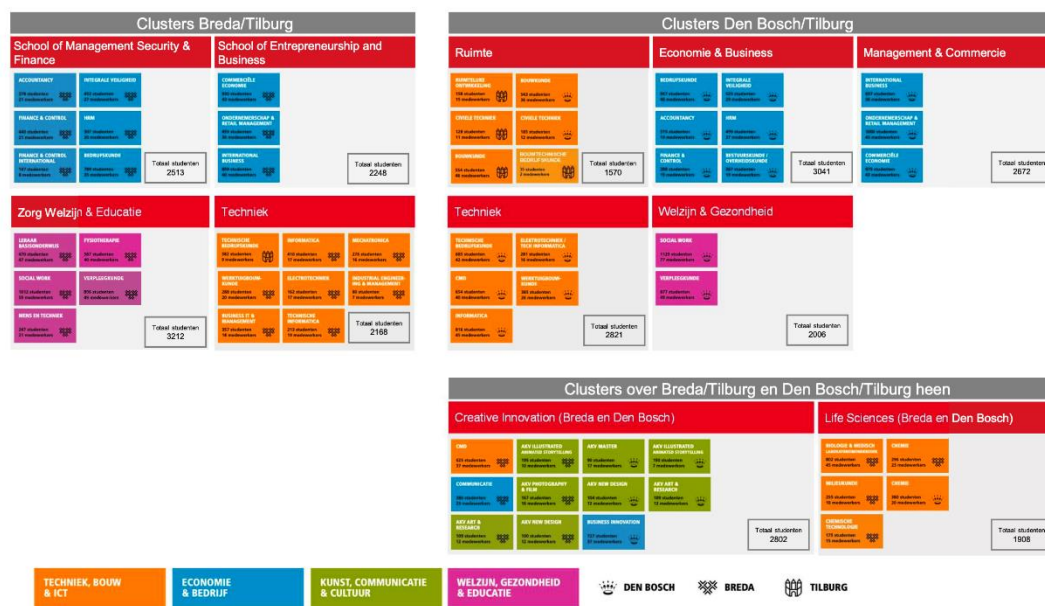
Wij leveren een structurele en leidende bijdrage aan de kennisontwikkeling en -deling op de thema's waar de regio zich in specialiseert en ontwikkelt. Bij elke keuze maken we een bewuste afweging waarin de aspecten toekomstgericht, leefbaar en rechtvaardig een rol spelen.

Ambitie 2025

Avans heeft voor de komende jaren een nieuwe ambitie geformuleerd "Wendbaar & Veerkrachtig". De wereld om ons heen verandert steeds sneller.

Flexibel onderwijs waarin studenten zelf hun leerroute bepalen. Dat is de ambitie voor 2025. Dat vraagt ook om een andere inrichting van de organisatie en een andere manier van werken. Avans wil daarbij grotere en evenwichtige clusters vormen, die logisch in samenhang en gelijkwaardig aan elkaar zijn en waardoor we de ambities kunnen verwezenlijken. Met meer opleidingen binnen een eenheid gaat de samenwerking tussen die opleidingen beter. In de nieuwe inrichting worden zelforganiserende teams de basis.

De organisatiestructuur uit paragraaf 1.1 zal dan ook vanaf augustus/september 2022 veranderen en er als volgt uit komen te zien:



De volledige Ambitie 2025 is te raadplegen via de link: <https://www.avans.nl/over-avans/organisatie/visie>

1.3. Introductie Organisatieonderdeel

Eén van de ondersteunende diensteenheden van Avans is de diensteenheid Marketing, Communicatie en Studentenzaken (DMCS). DMCS is het organisatieonderdeel waarin het contract Marketing binnen zal vallen. DMCS werkt voor de hele Avans organisatie en biedt een grote diversiteit aan diensten. Vanuit Marketing en Communicatie wordt gezorgd voor de zichtbaarheid van Avans voor zowel onderwijs als onderzoek. Dit vindt bijvoorbeeld plaats in wervings- en voorlichtingsactiviteiten voor scholieren, naar het bedrijfsleven toe of in de werving van nieuwe collega's. Vanuit Studentenzaken worden (aankomende) studenten geïnformeerd over studeren bij Avans Hogeschool.

Vanuit de expertisegerieden Marketing, Communicatie en Studentenzaken neemt DMCS de verantwoordelijkheid om bij te dragen aan de verwezenlijking van de Avans Ambitie 2025. Dat houdt in dat we in de samenwerking met alle belanghebbenden de Avans reputatie verder versterken. Samen met de academies voeren we blijvend de dialoog, dat leidt tot betekenisvolle verhalen met als doel meer zichtbaarheid, herkenbare en waardevolle profilering. Daarnaast blijven we ons inzetten om motieven en behoeften van medewerkers en studenten te monitoren, zodat we effectief met hen in gesprek kunnen gaan. We focussen op studentenwelzijn om studenten voor te bereiden op een

volwaardig functioneren in de sterk veranderende samenleving. Onze inzet is gericht op versterken van de veerkracht en de weerbaarheid van alle studenten.

We werken daarin datagedreven: monitoren, analyseren en adviseren.

1.4. Opdrachtschrijving

De opdracht zal worden verdeeld in twee percelen. Binnen elk perceel is beoogd één opdrachtnemer te contracteren. De beoordeling van de inschrijvingen vindt afzonderlijk per perceel plaats. Inschrijven op één of meerdere percelen is toegestaan.

De volgende percelen zijn gevormd:

Perceel 1: Tactisch, conceptueel en content creatie

Perceel 2: Campagne, data & technologie

De samenhang in disciplines, logische indeling zoals we die zien in de markt en weerspiegeling hoe DMCS is ingericht heeft ons doen besluiten de percelen op deze manier in te delen. In Perceel 1 zit de denkkraft, hier brengen we behoefte in beeld. Het concept en content moet daar naadloos op aansluiten. In Perceel 2 worden de kanalen en middelen ingezet om de doelgroep te bereiken, meer op uitvoering. Dit gebeurt vanuit een doordacht en datagedreven plan.



De aan te besteden opdracht wordt als volgt gedefinieerd:

Perceel 1: Tactisch, conceptueel en content creatie

“Het verlenen van tactisch en operationeel marketingadvies en de uitvoering van conceptontwikkeling met betrekking tot off- en online campagnes en contentcreatie ten behoeve van off- en online advertentiekkanalen”.

Onder de scope van perceel 1 valt in ieder geval, maar niet uitsluitend, het volgende:

1. Tactisch en operationeel advies op marketingplannen;
2. Tactisch en operationeel advies op Experience en Journey Management;
3. Uitvoering Conceptontwikkeling;
4. Uitvoering Contentcreatie

Hieronder volgt een nadere uitleg over wat Avans onder deze dienstverlening verstaat:

1. Tactisch en operationeel advies en uitvoering van marketingplannen

Onze strategische lange termijn marketingplannen beschrijven o.a. onze markt, onze concurrentie, ons aanbod, onze doelgroepen en doelstellingen. We beschrijven onze positionering en profilering en hoe we omgaan met onze merkstrategie. Tevens beschrijven we hoe we inspelen op onze markt met als doel zoveel mogelijk kwalitatieve en kwantitatieve instroom van studenten. Deze strategische plannen schrijft Avans zelf. Het bureau dat we zoeken neemt kennis van de inhoud van onze strategische plannen en adviseert en ondersteunt ons met het schrijven en uitwerken van tactische en operationele plannen. Ook op operationeel niveau helpt het bureau ons in de uitvoering.

Als aanvulling op de marketingplannen voor de studentreis, voorzien wij ook ondersteuning op tactisch en operationeel niveau op het gebied van evenementen.

Op het gebied van communicatie naar onze huidige en toekomstige werkveldpartners, hebben we op termijn wellicht ook behoefte aan ondersteuning. De invulling van het strategische plan is nog in uitvoering en wordt belegd bij Avans medewerkers. Afhankelijk van de inhoud van dit strategische plan, wordt bekeken of we voor de

tactische en operationele uitrol behoefte hebben aan ondersteunend advies en uitvoering.

2. Tactisch en operationeel advies op Customer Experience en Journey Management

Avans Hogeschool heeft de ambitie om grote stappen te zetten om zich van een aanbod gerichte naar vraag gestuurde organisatie te ontwikkelen waarin de student (beleving) centraal staat. Om dit voor elkaar te krijgen wil Avans Hogeschool structureel en systematisch customer journeys gaan inzetten, om zo volwassener te worden in de manier waarop we met customer journey- en customer experience management moeten omgaan.

Om dit te bereiken wil Avans Hogeschool de manier waarop journeys verbeterd worden verder professionaliseren (customer journey management). Een standaard werkwijze die toegepast wordt door de juiste mensen in de organisatie is daarbij essentieel.

Tegelijkertijd moeten ook de juiste randvoorwaarden voor het verbeteren van de student beleving worden gerealiseerd (customer experience management). Zodra de organisatie volwassener wordt in het managen van deze randvoorwaarden, wordt het steeds effectiever in het verbeteren van student journeys en daarmee de studentbeleving.

Wij vragen aan de aanbestede partij om Avans Hogeschool op het gebied van customer experience management en journeymanagement naar een hoger niveau te tillen door te inspireren en ondersteunen middels kennis, expertise & advies voor het realiseren van groei in journey management volwassenheid en CX volwassenheid. Denk hierbij aan kennisdeling, advies, het verzorgen van trainingen, begeleiden van journey- en adviestrajecten, coaching on the job, faciliteren van werksessies & werkvormen etc. Qua onderwerpen kun je bijvoorbeeld denken aan CX strategie, toekomstvisie, werkwijze, governance, insights & measurements, mindset, competentieontwikkeling, journeymapping, service blueprint en journey framework.

3. Uitvoering conceptontwikkeling

Het bureau helpt ons bij het maken van tactische deelplannen, met name in de uitvoering van campagnes. Het bureau denkt mee over onze USP's, onze marketing- of communicatieboodschap en de uitwerking in tekst en beeld in alle middelen, zowel online als offline.

4. Uitvoering content creatie

Na de ontwikkeling van een concept is hiervoor content nodig. Dit onderdeel gaat over de creatieve opmaak van concepten voor verschillende (advertentie)kanalen:

- Video/fotografie t.b.v. paid advertising
 - De productie van videobeeld of foto's op basis van een briefing en t.b.v. online advertentiecampagnes
- Creatief ontwerp t.b.v. online advertenties voor Paid Media
 - Statisch, zoals link advertenties, carouseladvertenties en canvas advertenties.
 - Dynamisch, zoals video ads, TikTok ads, geanimeerde advertenties.
 - Ontwikkelen van html banners / banner templates voor concepten voor elk device
- Creatief ontwerp voor offline advertentiekkanalen. DTP werkzaamheden worden door een andere partner van Avans gedaan.
 - Posters voor buitenreclame, zoals voorabri's en driehoeksborden
 - Out of the box ontwerpen voor de offline inzet van concepten
- Creatief ontwerp te gebruiken binnen e-mailnieuwsbrieven/e-mailmarketing
- Ontwerp van illustraties en infographics gericht op studentreis en interne communicatie

Buiten scope:

Het ontwerp van brochures, flyers, direct mailing, whitepapers en (online) magazines is belegd bij een andere gecontracteerde partij.

Perceel 2: Campagnes, data en technology

"Het verlenen van technisch en operationeel online marketing advies ten behoeve van digitale platformen en off- en online kanalen, inclusief ons eigen customer data platform. Het opstellen en uitvoering van off- en online media-inkoopplannen waarbij ook mede-uitvoering van de campagnes wordt verwacht".

Onder de scope van perceel 2 valt in ieder geval, maar niet uitsluitend, het volgende:

1. Technisch / operationeel marketing advies m.b.t. ontwikkeling digitale platformen;
2. Technisch / operationeel advies doorontwikkeling Customer Data Platform tbv optimaliseren marketing- (en studie-)activiteiten;
3. Opstellen en uitvoering media-inkoopplannen (uitvoering is inclusief offline, exclusief Google / socials);
4. Uitvoering paid media campagnes
5. Advies op online marketing, hieronder verstaan we:
 - o Advisering en ondersteuning voor zoekmachine optimalisatie (SEO);
 - o Advies op paid campagnes;
 - o Advisering en ondersteuning voor conversie optimalisatie (CRO);
 - o Advies en uitvoering op het gebied van meetbaarheid van websites en applicaties;
 - o Advies op e-mail marketing en mail automation

Hieronder volgt een nadere uitleg over wat Avans onder deze dienstverlening verstaat:

1. Technisch / operationeel marketing advies m.b.t. ontwikkeling digitale platformen

We maken bij Avans een sprong voorwaarts in onze eigen digitale transformatie. Dit vereist een stevige aanpak op technologisch gebied en de groei in digital maturity. We ontwikkelen zelf digitale platformen ten behoeve van marketing en communicatie. Op technisch en operationeel gebied missen we kennis en expertise als het gaat om architectuurkeuzes, (nieuwe) front- en back-end ontwikkelingen en tooling welke toekomstbestendig zijn. Wij vragen de aanbestede partij ons hierin te voorzien van deze kennis & expertise en ons te adviseren bij deze keuzes, ontwikkelingen en tooling.

2. Technisch / operationeel advies doorontwikkeling Customer Data Platform tbv optimaliseren marketing- (en studie-)activiteiten

We hebben een zelf ontwikkeld Customer Data Platform welke ervoor zorgt dat we onze marketing- en studie-activiteiten zo optimaal mogelijk inzetten en de eindgebruiker zo goed mogelijk begeleiden naar een juiste keuze.

Wij zoeken op technisch en operationeel gebied een sparringpartner die kennis en expertise meebrengt om ons Customer Data Platform uit te breiden naar een nog volwassener en gedegen platform. Wij vragen de aanbestede partij ons hierin te voorzien van deze kennis & expertise en ons te adviseren bij deze keuzes, ontwikkelingen en tooling. Denk hierbij aan;

- Meedenken en adviseren hoe data te gebruiken
 - o Om eindgebruiker beter te begeleiden;
 - o Om eindgebruiker relevantere informatie te tonen;
 - o Om marketing effectiever in te zetten;

- Advies technische inrichting
- Advies op logica/algorithmes/ethiek mbt het gebruik van AI/Machine learning

3. Opstellen en uitvoering media- inkoopplannen (uitvoering is inclusief offline, exclusief Google / socials);

We hebben beeld van onze doelgroepen en hun behoeften, maar minder duidelijk in het vizier waar in het medialandschap onze doelgroep zich beweegt en hoe die met verschillende media interacteert. Een bureau adviseert ons over de mediaconsumptie van onze doelgroepen en geeft advies hoe we deze media in kunnen zetten om onze doelgroep effectief te kunnen bereiken. Dit kan op zowel off- als online gebied, paid, owned of earned. Het bureau schrijft een mediaplan en voor zover wij de inkoop niet zelf kunnen organiseren, koopt het bureau deze media voor ons in. De media inkoop die wij zelf inkopen betreft: Google, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube en Snapchat, maar dienen wel in de plannen opgenomen te worden.

NB: media inkoop t.b.v. arbeidsmarktcommunicatie valt niet onder deze scope.

4. Uitvoering paid media campagnes

De uitvoering van online advertentiecampagnes hebben betrekking op de inzet van (een mix van) advertenties in Google, andere zoekmachines of social media kanalen zoals o.a. Youtube, LinkedIn, Instagram & TikTok voor de werving van nieuwe studenten voor onze voltijd/duaal/deeltijd/Associate degree en internationale opleidingen.

Voorbeeld van de inzet hiervan binnen Avans zijn:

- op corporate niveau:
 - Branding campagnes, o.a. om naamsbekendheid en vindbaarheid te behouden/vergroten en merkvoorkeur en overweging van Avans te realiseren.
 - Wervingscampagnes voor de open avonden en dagen, om bekendheid en aanmeldingen hiervoor te realiseren
 - Aanmeld- en care campagnes om aanmeldingen voor opleidingen te realiseren en om aanmelders en switchers warm te houden.
- op domeinniveau, bijvoorbeeld voor een interessegebied als Economie of Techniek
- op opleidingsniveau, bijvoorbeeld voor Commerciële Economie of Social Work.
- voor andere merken binnen Avans, zoals St. Joost School of Art & Design, Avans academie en Associate degrees Academie.
- voor de werving van internationale studenten.

Paid media campagnes zullen via de eigen advertentieaccounts van Avans lopen. Wij verwachten dat nieuwe ontwikkelingen en automatisering wordt toegepast waar mogelijk.

5. Advies op online marketing

In lijn met het continue ontwikkelen van onze digital maturity heeft Avans Hogeschool de afgelopen jaren geïnvesteerd in het samenstellen van een team dat zich dedicated bezighoudt met online strategie, SEO, SEA, web development, ontwikkeling van ons Customer Data Platform en de inzet van online media en campagnes. Het bureau waar wij naar op zoek zijn gedraagt zich aanvullend, kritisch en adviserend op het gebied van online marketing. Dit met het oog samen te werken aan het optimaliseren en realiseren van onze doelstellingen.

We hebben daarnaast graag de mogelijkheid om onze partner in te zetten op momenten dat onze capaciteit dat niet toe laat. Denk bijvoorbeeld aan keywordresearch, rapportages of broken backlink analyses. De redactie van Avans Hogeschool wordt ingezet voor het produceren van teksten en optimaliseren van on-page factoren.

- **Advisering en ondersteuning voor zoekmachine optimalisatie (SEO)**

Binnen het online marketing team van Avans Hogeschool is SEO kennis aanwezig om op basis van adviesrapporten en analyses verbeteringen aan websites door te voeren. Dit doen we samen met ons eigen web development team. Daarnaast gebruiken we zelf tools om periodiek voortgang en resultaten op SEO gebied te monitoren. Verder hebben we behoefte aan een partner die samen met ons een roadmap uitstippelt en ons adviseert om de vindbaarheid van onze websites verder te vergroten. Denk bijvoorbeeld aan het identificeren en implementeren van verbeteringen rondom *core web vitals* of het vergroten van de zichtbaarheid van opleidingen met veel organische concurrentie. Maar ook over crawlbudgetten en de indexeerbaarheid van meerdere Avans websites.

We hebben daarnaast graag de mogelijkheid om onze partner in te zetten op momenten dat onze capaciteit dat niet toe laat. Denk bijvoorbeeld aan keywordresearch, rapportages of broken backlink analyses. De redactie van Avans Hogeschool wordt ingezet voor het produceren van teksten en optimaliseren van on-page factoren.

- **Advies op paid campagnes**

Zoals voorheen beschreven ontwikkelen wij zelf onze strategische en (online) marketingplannen. Bij de ontwikkeling hiervan zijn wij op zoek naar een bureau dat kritisch en aanvullend advies geeft op de genomen richting, als sparringpartner, in relatie tot onze paid campagnes. Daarnaast willen wij tactisch advies op het inzetten van de diverse campagnes, zoals bijvoorbeeld advies op de algehele overkoepelende kanalenstrategie voor onze paid campagnes die worden uitgevoerd door het bureau of in sommige gevallen onszelf.
- **Advisering en ondersteuning voor conversie optimalisatie (CRO)**

Op dit moment beschikken we over een eigen conversieratio optimalisatie (CRO) projectteam. Dit projectteam bestaat uit een online marketeer, een dataspecialist en contentmanagers. We verwachten dat onze partner een CRO-consultant aan dit team kan toevoegen met gedegen kennis over UX, psychologie, design en conversie-optimalisatie. Als team bepalen we samen de roadmap, hypothesen en welke a/b tests worden uitgevoerd. Een teamlid van Avans schakelt waar nodig met ons eigen webdevelopmentteam.
- **Advies en uitvoering op het gebied van meetbaarheid van websites en applicaties**

We gebruiken op dit moment Google Analytics en Google Tag Manager om onze websites en applicaties meetbaar te maken. Onze partner neemt ons mee in de nieuwste ontwikkelingen, bijvoorbeeld op technisch en juridisch gebied, en weet onze wensen te vertalen naar een roadmap voor de verdere ontwikkeling van onze Google Analytics en Tag Manager accounts. Waar nodig stellen zij een meetplan op en verzorgen de inrichting in onze accounts. Wanneer het gaat om kleinschaligere websites hebben we de kennis in huis om zelf de inrichting te doen.

Bij een eventuele overstap naar een andere leverancier van analytics en tag management software verwachten wij van onze partner advies en hulp bij een implementatietraject.

- **Advies op e-mail marketing en mail automation**

We gebruiken actief direct mailing voor de werving van nieuwe studenten. Hiervoor is er iemand dedicated ingezet binnen het online marketing team om de mailfunnel per wervingsjaar te creëren, uit te voeren en analyseren. Op dit moment is dit niet geautomatiseerd of gekoppeld aan de ontwikkeling van ons Customer Data Platform en zijn we op zoek naar een partij die ons kan adviseren op onze plannen & analyses omtrent e-mail marketing en advies en inrichting van mail automation in bijbehorende programma's.

Buiten scope perceel 1 en 2:

- Onderzoek (markt, concurrentie, doelgroep etc.);
- Positionering en merkstrategie;
- Web- en app development en beheer / onderhoud;
- Video en fotografie;
- Crisiscommunicatie, issuemanagement, public affairs en reputatiemanagement;
- Social media / webcare;
- Schrijven en redigeren van teksten;
- Coachen en opleiden DMCS collega's ;
- Druk en printwerk;
- Huisstijlontwikkeling en bewaking;
- Communicatieplannen;
- Presentatie in PP, interactieve PDF's;
- Animaties;
- (Digitale) bewegwijzering;
- DTP werkzaamheden;
- Arbeidsmarktcommunicatie

2. Doelstelling en uitgangspunten

2.1. Aanleiding

De aanleiding voor het organiseren van de marktconsultatie is de aflopende overeenkomst met de huidige leverancier in 2022 waardoor Avans een aanbestedingsprocedure zal starten.

In het kader van de opkomende aanbesteding "Marketing" heeft er na de eerder gehouden marktconsultatie in november 2021 een nadere concretisering van de ambities, doelstellingen en opdrachtomschrijving plaatsgevonden. Avans is van mening dat het nogmaals organiseren van een marktconsultatie een waardevolle bijdrage kan leveren aan de kwaliteit van de opdrachtomschrijving en de nadere vormgeving van het eisenpakket. Avans wenst dan ook middels deze marktconsultatie te toetsen of de juiste weg is ingeslagen met de opgestelde opdrachtomschrijving en perceelindeling in het licht van de vastgestelde doelstellingen en ambities van Avans.

2.2. Doelstelling van marktconsultatie

Middels de marktconsultatie wenst Avans inzicht te krijgen of de opgestelde opdrachtomschrijving en perceelindeling haalbaar, realistisch en uitvoerbaar is.

Daarnaast wenst Avans een doorkijk te maken naar het op te stellen programma van eisen. Hoe zou Avans in het licht van deze scope de eisen dienen op te stellen? Op welke manier krijgt u de optimale ruimte om invulling te geven aan de behoefte van Avans?

Het verkregen inzicht kan worden gebruikt bij het verder concretiseren van de aanbestedingsstukken en het Programma van Eisen.

2.3. Doelstellingen van de aanbestedingsprocedure

Voor de aanbesteding zijn onderstaande doelstellingen geformuleerd:

We zoeken een bureau:

- dat Avans inspireert om (nog) meer vanuit de behoeftes van doelgroepen te denken, onze kennis van doelgroepen vergroot en weet hoe deze op de juiste kanalen en momenten te bereiken, waardoor de relatie met onze doelgroepen verbetert;
- waarmee Avans een goede en gelijkwaardige samenwerking heeft (partnership), maar dat ook goed samenwerkt met andere bureaus waar Avans mee werkt, zodat werkzaamheden goed op elkaar zijn afgestemd;
- dat flexibel is:
 - In het meebewegen met de ambitie (bijvoorbeeld op het gebied van digital maturity) en ontwikkelingen binnen en buiten Avans en pro-actief hierop inspeelt en adviseert; én
 - In de uitvoering van opdrachten voor Avans flexibel zijn (agile) zodat Avans kan inspelen op kansen en ontwikkelingen.

3. Procedure en invulling marktconsultatie

3.1. Juridische en procedurele aspecten rond marktconsultatie

Deelname aan de marktconsultatie is voor alle betrokkenen geheel vrijblijvend. Het al dan niet meedoen aan de marktconsultatie heeft dan ook geen consequenties (voor- of nadeel) voor een eventueel latere aanbestedingsprocedure. Avans waardeert echter elke inspanning van partijen om aan deze marktconsultatie deel te nemen.

Er kunnen geen rechten worden ontleend aan deze marktconsultatie en uit de informatie die is/wordt verstrekt in deze marktconsultatie. Partijen hebben in het kader van deze marktconsultatie ook geen recht op vergoeding van enigerlei kosten van welke aard dan ook.

Dit document is uitsluitend geschreven in het kader van deze marktconsultatie. Door deel te nemen aan de marktconsultatie gaan partijen onvoorwaardelijk akkoord met alle gestelde voorwaarden en eisen uit dit marktconsultatiedocument. Er ontstaan geen wederzijdse verplichtingen.

3.2. Contactpersonen Avans

Correspondentie over deze marktconsultatie is uitsluitend via TenderNed (www.tenderned.nl) mogelijk. De contactpersoon aangaande deze marktconsultatie is mevrouw Z.E.M. Huijbregts (inkoopadviseur).

Het is niet toegestaan om buiten deze tool om te communiceren met de medewerk(st)ers van Avans (en/of andere betrokkenen) over deze marktconsultatie.

3.3. Inrichting en vormgeving marktconsultatie

Uitnodiging: Geschiedt via TenderNed

Aanmelding: U dient elektronisch via TenderNed te bevestigen dat u deel zal nemen aan deze marktconsultatie.

Vormgeving: De marktconsultatie bestaat uit enkel een schriftelijk deel:

Iedere deelnemende partij wordt gevraagd de vragen te beantwoorden zoals opgenomen in hoofdstuk 4. U dient Bijlage 1 (Antwoordformulier Marktconsultatie) te gebruiken om op deze vragen te reageren. U wordt verzocht om uiterlijk 4 maart 2022 voor 16:00 uur uw schriftelijke reactie via TenderNed bij de contactpersoon van Avans aan te leveren. Dit kan middels een bijlage in een bericht via TenderNed.

Eindrapport

Van de marktconsultatie zal na afloop een kort eindrapport worden gemaakt, welke anoniem aan alle deelnemende partijen zal worden verzonden. Commercieel vertrouwelijke informatie en/of bedrijfsinformatie wordt niet in het eindrapport opgenomen.

Het eindrapport wordt door Avans als bijlage verstrekt in de opkomende aanbestedingsprocedure. Partijen hebben, in het kader hiervan, geen recht op vergoeding van enigerlei kosten van welke aard dan ook.

3.4. Planning

Actie	Mijlpaal
Uitnodiging plaatsen op TenderNed	23 februari 2022
Deadline indienen schriftelijke deelname	7 maart 2022 voor 10:00 uur
Verwachte start aanbestedingsprocedure	21 maart 2022

Bovenstaande planning is indicatief, hieraan kunnen door partijen geen rechten worden ontleend. Avans behoudt zich het recht voor de planning eenzijdig aan te passen. Een dergelijke aanpassing wordt schriftelijk bekend gemaakt aan de partijen.

3.5. Vertrouwelijkheid

Alle reacties zullen binnen Avans vertrouwelijk behandeld worden en uitsluitend beschikbaar zijn voor direct betrokkenen bij de opdracht.

3.6. Nederlandse taal

De procedure van deze marktconsultatie wordt gevoerd in de Nederlandse taal. Voor zover Avans niet anders aangeeft zal de communicatie, zowel schriftelijk als mondeling, alsook de reactie op de marktconsultatie worden gevoerd in de Nederlandse taal.

4. Vragen

Dit hoofdstuk betreft de vragen welke Avans graag beantwoord ziet door de deelnemende partijen.

U kunt uw antwoorden met betrekking tot onderstaande vragen geven in Bijlage 1, Antwoordformulier Marktconsultatie.

Vragen:

1. Als u de scope en opdrachtomschrijving bekijkt, vindt u deze haalbaar, realistisch en uitvoerbaar? Zijn er risico's die Avans hierbij loopt? Wat raadt u aan wel/niet te doen?
2. Avans heeft de voorkeur om meerdere contractspartijen te contracteren en denkt erover na om de opdracht in twee percelen te verdelen (zie paragraaf 1.4). Is dit een logische indeling? Zo nee, wat zijn volgens u andere mogelijkheden?
3. Heeft u (nog steeds) interesse deel te nemen aan deze eventuele opdracht? Zo ja, voor welke percelen? En waarom?
4. Hoe zou Avans in het licht van deze scope het Programma van Eisen dienen op te stellen? Op welke manier krijgt u de optimale ruimte om invulling te geven aan de behoefte van Avans?
5. Wat zouden volgens u kwalitatieve gunningscriteria kunnen zijn in de aanbestedingsprocedure? Met andere woorden; Op welke onderdelen (die verband houden met de opdracht) zouden we de door u ingediende offertes dienen te beoordelen zodat uw onderscheidend innovatief vermogen tot uiting kan worden gebracht? Denk aan bijv. plan van aanpak, duurzaamheid, planning, implementatie etc.
6. Op welke manier zou Avans de "Prijs" per perceel dienen uit te vragen zodat "appels met appels" kunnen worden vergeleken?
7. Graag ontvangen wij uw reactie over punten die nog niet aan de orde zijn gekomen in bovenstaande vragen, maar die u wel van belang acht mee te geven.