

Aanbesteding: Marketing- en communicatiediensten
Aanbestedende Dienst: Open Universiteit
Referentie: U2021-6976

Toelichting:

Ref.nr. **Onderwerp:**
1 U2021-6976 Aanbesteding 2021 Marketing en communicatie Bijlage 2
Invulformulier selectie 220821

Vraag:

In de bijlage zijn er voor referentie 7 vijf kolommen om in te vullen, waarvoor dienen deze vijf kolommen.

Antwoord:

Er zijn abusievelijk in bijlage 2 meerdere kolommen toegevoegd bij referentie 7. U hoeft uitsluitend de eerste kolom bij referentie 7 in te vullen.

Beantwoord op: 21-09-2021

Label: Proces

Ref.nr. **Onderwerp:**
2 Vragen selectieleidraad

Vraag:

1. Selectieleidraad - pag 11: Wat wordt er verstaan onder volume afspraken?
2. Selectieleidraad – pag 17: Bijlage 0: Welke informatie dient er terug te komen in een aanbiedingsbrief?
3. Selectieleidraad – pag 23: Uitwerking van de selectiecriteria t.b.v. referenties dient te gebeuren door invulling van Bijlagen 1B. In bijlagen 1 b is er enkel ruimte voor ja of nee. Is hier verder geen toelichting noodzakelijk?
4. Bijlagen 1B - Klopt het dat alleen voor referent ten behoeve van kerncompetentie 1 het aantal maanden invulling heeft op de puntentelling?
5. Bijlagen 1B - Hoe koppelen we de referent uit bijlagen 1.B aan de kolommen in bijlagen 2? Er staat in bijlagen 1B geen optie om het referentnummer in te vullen.
6. Bijlagen 1B - vraag 5. Wat wordt verstaan onder een korte beschrijving? Wat is het maximaal aantal karakters?
7. Bijlagen 2 – veld B36: Dient de vertaling van onderzoeken en software naar marketingstrategie voor 1 referent te worden ingevuld of per referent?

Antwoord:

1. Afspraken t.b.v. voordelige, efficiënte en onafhankelijke inkoop van een bundeling van media.

2. De aanbiedingsbrief is vormvrij, dus u mag zelf bepalen welke informatie daarin terugkomt.
3. De toelichting dient u te geven bij punt 5 (Onderwerp en korte beschrijving van de opdracht).
4. Correct, de looptijd van de referentieopdracht heeft uitsluitend betrekking op kerncompetentie 1.
5. Gelieve in de aanhef van bijlage 1.B (Bijlage 1.B Referentieopdracht) hierachter het nummer van de referentie in te vullen.
6. Onder een korte beschrijving wordt verstaan een beschrijving waaruit in elk geval blijkt aan welke kerncompetenties met de betreffende referentie is voldaan. Er is geen maximaal aantal karakters, maar u wordt wel verzocht om de beschrijving bondig te houden.
7. Dit dient per referent ingevuld te worden.

Beantwoord op: 21-09-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
3

Onderwerp:
Referentie tbv kerncompetentie 1

Vraag:

Er wordt gesproken over het hebben van: "Referentie t.b.v. kerncompetentie 1 heeft aantoonbare ervaring met een jaarbudget van > € 413.223,14 excl. BTW (€ 500.000 incl. BTW) in één of meer van de afgelopen 2 jaar;". Kunt specificeren of hier het mediabudget onder valt?

Antwoord:

Dit is inclusief het volledige media budget.

Beantwoord op: 21-09-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.
4

Onderwerp:
Algemeen

Vraag:

Welke verhouding is er in de werkzaamheden tussen België en Nederland?

Antwoord:

Deze verhouding ligt op dit moment als volgt: 90% Nederland / 10% Vlaanderen. Dit is echter de huidige situatie welke in de toekomst kan wijzigen.

Beantwoord op: 21-09-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.

5

Onderwerp:

Verhouding offline en online

Vraag:

Wat is de verhouding tussen offline en online media in werkzaamheden en budget?

Antwoord:

De verdeling is momenteel als volgt: 80% online/ 20% offline. Deze verdeling is echter uitsluitend de huidige situatie en kan in de toekomst wijzigen.

Beantwoord op: 21-09-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

6

Onderwerp:

Huidige dienstverlener

Vraag:

Wie is/zijn de huidige leverancier(s) van de OU nu voor de gevraagde diensten?

Antwoord:

ZIGT Mediabureau B.V.

Beantwoord op: 21-09-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

7

Onderwerp:

Leidraad 1.3.3.

Vraag:

Zijn voorgaande referenties, welke ondertussen zijn afgelopen, toegestaan als referentie, wanneer relevant?

Antwoord:

Ja, deze zijn toegestaan, mits de gevraagde kerncompetenties zijn uitgevoerd in de afgelopen 3 jaar.

Beantwoord op: 21-09-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.****Onderwerp:**

8

Leidraad 1.3.3.

Vraag:

Wat is het aandeel van Nederland vs Vlaamse budgetten op dit moment voor de OU?

Antwoord:

Deze verhouding ligt op dit moment als volgt: 90% Nederland / 10% Vlaanderen. Dit is echter de huidige situatie welke in de toekomst kan wijzigen.

Beantwoord op: 21-09-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

9

Onderwerp:

Leidraad 1.3.3.

Vraag:

Wat is het aandeel van kanalen (liefst per kanaal en budget) op dit moment voor OU?

Antwoord:

Informatie over specifieke budgetten hebben we niet beschikbaar. De huidige verdeling in kanalen is als volgt: Social Media Marketing (40%), SEA (30%), OOH (10%), RTV (5%) en print (15%). Dit is echter de huidige situatie welke in de toekomst kan wijzigen.

Beantwoord op: 21-09-2021**Label:** Inhoud**Ref.nr.**

10

Onderwerp:

Leidraad 1.3.3.

Vraag:

Hebben jullie voorkeur voor danwel één aannemer voor de uitvoer van de opdracht ofwel met onderaannemerschap?

Antwoord:

De voorkeur gaat uit naar één bureau die de volledige opdracht in eigen beheer uitvoert. Het is echter ook toegestaan om voor delen van de opdracht onderaannemers in te zetten.

Beantwoord op: 21-09-2021**Label:** Uitvoering

Ref.nr.
11

Onderwerp:
Vragen - M2media

Vraag:

1- In de opdracht wordt er gesproken over België (Vlaanderen) en over het produceren van campagnes (maken van creatives), maar dit komt niet terug in de competenties. Klopt dat?

2- Is er een inschatting van het mediabudget per jaar en het budget voor het maken van creaties?

3- Welke van de genoemde doelgroepen zijn het meest belangrijk? Zit er een ranking in?

4- En wat bedoelen jullie precies met de onafhankelijke klachtenafdeling (Process Flow)?

5- Wat is het budget voor online performance?

Antwoord:

1. In de kerncompetenties is kennis m.b.t. de Vlaamse doelgroep opgenomen ("Heeft m.b.t. media inkoop kennis en ervaring van het Vlaamse media landschap"), zie paragraaf 1.3.3 van de selectieleidraad deel A.

2. Nee, dit is op voorhand niet te zeggen. In principe worden creaties inhouse gemaakt. Hiervoor kan wel eventueel een beroep worden gedaan op de opdrachtnemer, indien hiervoor geen capaciteit of expertise inhouse is.

3. De meest belangrijke doelgroep zijn de startende professionals op de arbeidsmarkt en de midcareer professionals. Een verdere ranking verschilt per opleiding.

4. Inschrijver beschikt ten behoeve van de opdrachtgever over een klachtenprocedure die gerelateerd is aan de te leveren dienstverlening. U toont dit bij aanmelding aan door het leveren van een beschrijving en visualisering van de proces-flow van de afhandelingsprocedure die van toepassing is.

5. Informatie over specifieke budgetten hebben we niet beschikbaar. De huidige verdeling in kanalen is als volgt: Social Media Marketing (40%), SEA (30%), OOH (10%), RTV (5%) en print (15%). Dit is echter de huidige situatie welke in de toekomst kan wijzigen.

Beantwoord op: 21-09-2021
Label: Inhoud

Ref.nr.

Onderwerp:

12 Selectieleidraad deel A par. 4.1

Vraag:

Welke functies zijn onderdeel van het beoordelingsteam?

Antwoord:

Zie Selectieleidraad deel A par. 4.1, met als correctie daarop dat de Directeur Onderwijsservices geen deel zal uitmaken van het beoordelingsteam.

Beantwoord op: 21-09-2021

Label: Proces