



Nota van Inlichtingen

Betreft	Nota van Inlichtingen	Datum	26 januari 2023
Van	Stichting Yuverta	Ref.	TN394280
Project	Marktconsultatie Advertentiemakelaar offline advertenties (Mediabureau)		

Deze nota van inlichtingen wordt hiermee integraal onderdeel van het beschrijvend document. Daar waar de antwoorden strijdig zouden zijn, geldt voor dat deel het antwoord met het hoogste nummer.

Nr.	Betreft	Vraag
1.	Vraag 11	U vraagt om ons te houden aan de huisstijl en gebruik daarvan te garanderen. Wat bedoelt u dan met de vraag "Maakt leverancier gebruik van een tool/portal voor de te hanteren templates?"? Een te hanteren template is namelijk per definitie afwijkend van een vaste huisstijl. En bedoelt u hiermee een portal waarmee zelf de opmaak van de advertenties gedaan kan worden?
Antwoord	Aanbestedende dienst wenst samen met de leverancier voor veel voorkomende advertenties een standaard format op te stellen op basis van onze huisstijl. Waarbij het fijn zou zijn als leverancier hierin ook vormgeving technisch kan ondersteunen. Op basis van een ingevulde briefing verzorgt leverancier de verdere opmaak in het format.	

Nr.	Betreft	Vraag
2.	Vraag 19	U vraagt onze mening over de grootte van de opdracht. Zou u inzichtelijk kunnen maken wat de ongeveer de media-inzet is geweest van de genoemde percelen in de afgelopen jaren om hier een goed antwoord op te kunnen geven.
Antwoord	Op dit moment zijn deze bedragen per perceel niet inzichtelijk. Wanneer een aanbesteding volgt zullen wij hier meer informatie over delen.	

Nr.	Betreft	Vraag
3.	Vraag 3	Wat wordt hier bedoeld met advertentie: inkoop het inkoopproces, of de ingekochte mediaruimte en media inzet?
Antwoord	Hiermee wordt o.a. bedoeld de inkoopproces en aanleverproces van	



	advertentieruimte (bv. hah bladen), het opmaken en afstemmen van advertenties en het akkoord krijgen op de advertenties. Evenals kwaliteitsbewaking en advisering & rapportage op media inzet.
--	--

Nr.	Betreft	Vraag
4.	Vraag 10 en 11	Wat wordt hier bedoeld met templates?
Antwoord	Zie het antwoord op vraag 1.	

Nr.	Betreft	Vraag
5.	Vraag 20 en 21	Deze vragen zijn voor ons niet helemaal duidelijk. Graag ontvangen wij hier een toelichting over wat er gevraagd wordt.
Antwoord	Aanbestedende dienst dient voor de aanbesteding een programma van eisen op te stellen m.b.t. de gevraagde dienstverlening en op te leveren producten. Hierbij vernemen we graag van leverancier welke eisen zij hier wel of juist niet in terug zouden willen zien.	

Nr.	Betreft	Vraag
6.	Markt.cons par 1.3	In de scope van de voorgenomen aanbesteding staan 3 belangrijke rollen voor de advertentiemakelaar. Het plaatsen (1), en het uitwerken (2) van alle uitingen conform de huisstijl en daarnaast een stuk advies op mediakeuze (3). Normaal gesproken werken mediabureaus nauw samen met een creatieve bureaus voor een optimaal resultaat. Het creatief bureau verzorgt de inhoudelijkheid van de advertentie samen met de opdrachtgever en bewaakt de huisstijl. Zij kunnen adviseren op in te zetten middelen en (lokale) inkoop verzorgen maar als het gaat om landelijke inkoop heeft een mediabureau toegevoegde waarde. Het mediabureau staat voor een zo efficiënt en effectief mogelijk inkoop van uitingen maar werkt doorgaans geen advertenties uit. Hoe zien jullie de combinatie van deze twee rollen? Heeft Yuverta voorkeur om dit bij 1 partij neer te leggen? Is een samenwerking tussen een mediabureau en een creatief bureau niet logischer?
Antwoord	Yuverta heeft reeds een samenwerking met een creatief bureau. Voor de invulling van de rol van het mediabureau zie ook het antwoord op vraag 1.	

Nr.	Betreft	Vraag
7.	Markt.cons par 1.4	- Locaties lijken zelf te bepalen of zij een bureau inschakelen bij de uitwerking van de uitingen. Heeft Yuverta voorkeur dat locaties dit zelf doen met behulp



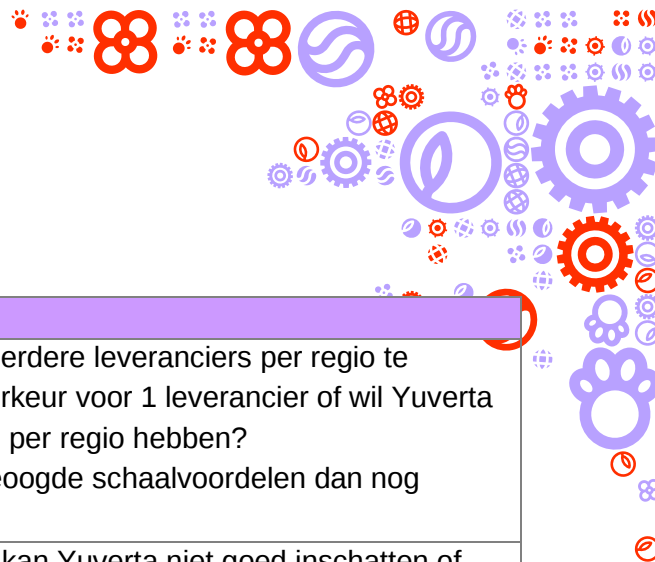
		van een portal? Dit in relatie tot de beoogde situatie waarbij de inschrijver de kwaliteit en uniformiteit bewaakt. - Wat is de verhouding tussen uitingen met standard templates en uitingen op maat?
Antwoord	1. Correct. 2. Het DTP werk zal hierin vaker voorkomen i.v.m. verschillende te hanteren maten, maar wel op basis van een samen afgesteld ontwerp. Een concrete verhouding is niet op voorhand in te schatten.	

Nr.	Betreft	Vraag
8.	Markt.cons par 1.4	Is het de bedoeling dat de inschrijver alle inkoop gaat verzorgen? Of kunnen/mogen locaties zelf ook nog inkoop verzorgen. Dit in relatie tot het beoogde resultaat om schaalvoordeel te behalen.
Antwoord	Het streven is dat inschrijver alle inkoop gaat verzorgen, dit zal ook het beleid zijn binnen Yuverta. Echter kan Yuverta niet 100% garanderen dat locaties hier niet vanaf wijken.	

Nr.	Betreft	Vraag
9.	Markt.cons par 1.4	Is er sprake van inkoop van landelijke (regio midden en zuid) middelen en/of campagnes of heeft de inkoop voornamelijk een lokaal karakter?
Antwoord	Hoofdzakelijk lokaal maar ook Yuverta breed kan voorkomen (bijvoorbeeld vanuit HR).	

Nr.	Betreft	Vraag
10.	Markt.cons par 1.5	In hoeverre is er voor de inschrijver ook contact met de centrale afdeling? Voor bepalen jaarplanning, evaluatie en evt campagnes. (zie vraag hieronder). Dit lijkt ons essentieel voor de samenwerking en de beoogde doelen.
Antwoord	Periodiek is er afstemming met de centrale afdeling voor evaluatie van de uitgezette advertenties vanuit brand. Meenemen in campagne lijn. En op grote lijnen de planning.	

Nr.	Betreft	Vraag
11.	Markt.cons par 1.5	In hoeverre worden campagnes centraal ontwikkeld en lokaal geadapteerd? Bijvoorbeeld een wervingscampagne voor leerlingen pro-actief onder de aandacht te brengen van de locatie-adviseurs. (mbv een toolkit).
Antwoord	Momenteel worden campagnes centraal ontwikkeld en uitgerold naar de locaties. Echter is dit wel nog in ontwikkeling.	



Nr.	Betreft	Vraag
12.	Markt.cons par 1.5	Yuverta wenst 1 of meerdere leveranciers per regio te contracteren. Is er voorkeur voor 1 leverancier of wil Yuverta daarin graag spreiding per regio hebben? In hoeverre kunnen beoogde schaalvoordelen dan nog behaald worden?
Antwoord	Één leverancier heeft de voorkeur. Echter kan Yuverta niet goed inschatten of één leverancier haalbaar is in verband met het regionale karakter per perceel. Mocht n.a.v. deze marktconsultatie de voorgestelde percelenindeling van kracht blijven zou het mogelijk zijn om het schaalvoordeel op te nemen in het prijzenblad. Echter heeft het behalen van schaalvoordeel niet de hoogste prioriteit.	

Nr.	Betreft	Vraag
13.	Markt.cons H3 vragen	In de vragenlijst staat een perceelverdeling. Is deze alleen gemaakt op basis van regio? Is er ook rekening gehouden met het soort onderwijs: richting, opleiding en/of niveau?
Antwoord	Deze voorgestelde percelenindeling is gebaseerd op basis van de bestaande regio's binnen Yuverta, hierin wordt geen onderscheid gemaakt op basis van richting, opleiding en/of niveau.	