

Nota van Inlichtingen Employer branding, mediastrategie en inkoop voor arbeidsmarktcommunicatie 9 mei 2023					
Nr.	Fase	Label	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	Inschrijffase	Proces	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 2.4 Planning	Een deel van uw planning loopt door tot in de zomervakantie, die in bepaalde regio's start op 9 juli. Hoe gaat u hiermee om ten aanzien van beschikbaarheid van inschrijvers, verificatie en stand still periode. Daarnaast start de overeenkomst op 1 augustus, een datum die ook midden in de vakantieperiode valt. Wij begrijpen dat u de overeenkomst graag voor de start van het nieuwe schooljaar wenst in te laten gaan maar spreken onze zorg uit over deze planning en willen graag van u weten of er flexibiliteit in zit. We zijn benieuwd naar uw reactie.	De termijn voor het indienen van uw inschrijving is 7 juni, dit is ruimschoots voor de zomervakantie en hiermee voldoen we ruimschoots aan de termijnen conform de aanbestedingswet. Het verzenden van de gunningsbeslissing staat op uiterlijk 27 juni, maar indien dit eerder mogelijk is zullen we dat zeker doen en zal dus ook de standstilltermijn naar voren opschuiven. Voor het houden van verificatiegesprekken, hebben we vast een datum gepland (4 juli 13:00 uur), zodat men hier rekening mee kan houden. Door deze data nu al te communiceren verwachten we hier geen problemen.
2	Inschrijffase	Proces	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 2.4 Planning	Tussen de laatste nota van inlichtingen en de indiening moet minimaal 10 kalenderdagen zitten. In uw planning is daar rekening mee gehouden (13 dagen). Waarschijnlijk ook omdat Pinksteren in deze periode valt. Indien u ons verzoek honoreert om de datum aan te passen voor het stellen van vragen in de 2e ronde heeft u zelf relatief kort tijd voor de beantwoording. Om bovenstaande redenen verzoeken wij u vriendelijk de indieningsdatum met 5 dagen uit te stellen. Zo heeft iedereen voldoende tijd. U geeft al aan dat u de planning kunt wijzigen en zijn dus benieuwd of u hiermee akkoord kunt gaan. Zo niet, dan horen we graag hoe u dit ziet.	In de planning was er geen rekening gehouden met Hemelvaartdag. We verzenden deze Nvl eerder, waardoor de termijn voor het indienen van (verduidelijings-)vragen voor de 2e Nvl met een paar uur naar voren gehaald kan worden naar uiterlijk woensdag 17 mei 15:00 uur hierdoor houden we nog steeds redelijke en proportionele termijnen aan. Het indienen van de inschrijving blijft op woensdag 7 juni staan.
3	Inschrijffase	Contract	Overeenkomst Employer branding, mediastrategie en inkoop voor arbeidsmarktcommunicatie - 4. Duur en (tussentijdse) beëindiging van de overeenkomst	De onder 1 genoemde periode is korter dan twee jaar. Klopt dat?	Ja dat klopt, dit heeft te maken met de looptijden van andere overeenkomsten binnen onze organisatie (mediastrategie en inkoop voor marketing en communicatie on- en offline) welke we in de toekomst misschien gezamenlijk kunnen aanbesteden.
4	Inschrijffase	Contract	Overeenkomst Employer branding, mediastrategie en inkoop voor arbeidsmarktcommunicatie - Voorzijde	De data op de voorzijde lijken niet te kloppen. De genoemde periode is korter dan 2 jaar. Klopt dat?	Zie ook antwoord op vraag 3.
5	Inschrijffase	Inhoud	Prijzenblad mediabureau arbeidsmarktcommunicatie - Velden J46 en J59	De formules in deze velden lijken niet correct te zijn. Hier worden aantallen en uren/ritten bij elkaar opgeteld in plaats van vermenigvuldigd.	Bedankt voor het doorgeven. Dit veld is aangepast en een nieuwe versie van het prijzenblad wordt met deze Nvl meegestuurd.
6	Inschrijffase	Inhoud	Aanvullende informatie casus jobmarketing - Derde alinea	Hier schrijft u dat op het moment van schrijven wordt gewerkt aan een employer brand voor de scholengroep, mede gebaseerd op de nieuwe koers. Wij begrijpen dat de ontwikkeling van het werkgeversmerk van VOvA buiten het bestek van deze aanbesteding valt. Is dat correct? Zo ja, klopt het dan dat de nieuwe opdrachtnemer op basis van een reeds ontwikkeld werkgeversmerk zorgt voor vertaling van het merk naar creatieve concepten, campagnes en dergelijke, zoals beschreven in paragraaf 1.2.2 Definiëring van de opdracht?	Het klopt inderdaad dat wordt gewerkt aan een employer brand voor het VOvA. Dat neemt niet weg dat ook deze blijvend zal moeten worden doorontwikkeld, net als dat geldt bij het ROCvA/F.
7	Inschrijffase	Inhoud	Aanvullende informatie voor cases - 3. Omschrijving doelgroepen	In de vierde alinea staat dat jullie vooral vakmensen zoeken die geheel (zijnstroom) of gedeeltelijk (hybride) de overstap naar het beroepsonderwijs willen maken. Wij veronderstellen dat dit van toepassing is op docenten in de beroepsvakken en geen betrekking heeft op docenten in de algemene vakken. Is dat correct?	Voor deze doelgroep is dat correct, bij voorkeur werven we docenten voor algemene vakken geen zij-instromers, maar we sluiten niets uit.
8	Inschrijffase	Inhoud	Aanvullende informatie voor cases - 3. Omschrijving doelgroepen	In de tekst over de primaire doelgroep is een deel geel gemarkeerd. Is die tekst wel of niet van toepassing?	Deze tekst is niet van toepassing en wordt verwijderd. Met deze Nvl wordt een versie 2 meegestuurd.
9	Inschrijffase	Inhoud	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 4.2.1, vraag 3	Bij vraag 3 worden concrete budgetten genoemd, te weten € 2.000 en € 4.000. Is het mediabudget in deze bedragen inbegrepen?	Dit is inderdaad inclusief mediabudget.
10	Inschrijffase	Inhoud	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 4.2.1, vraag 2	In de beschrijving van vraag 2 wordt geen concreet budget genoemd. In het prijzenblad wordt een budget genoemd van € 15.000. Val het mediabudget ook onder deze begroting?	Nee, in case 2 gaat het niet om media-inzet, maar om conceptontwikkeling.
11	Inschrijffase	Inhoud	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 4.2.1, vraag 2, tweede alinea	U verwijst in de laatste regel van de tweede alinea naar een bijlage: zie bijlage benoemen welke. Is onze veronderstelling juist dat u hier doelt op de bijlage 'Aanvullende informatie voor cases'?	Ja dat klopt, reeds aangepast in de leidraad Versie 2.
12	Inschrijffase	Inhoud	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 4.2.1, vraag 1	Uw vraag gaat over de doorontwikkeling van het werkgeversmerk. Kan daarin ook een doorontwikkeling of evaluatie van het brandhouse worden betrokken? Of moeten we er bij de beantwoording van deze vraag van uitgaan dat dit brandhouse vaststaat en evaluatie en bijstelling van het brandhouse niet aan de orde zijn?	Ze zijn aan elkaar verbonden, maar we hebben niet de intentie om de brandhouse aan te passen. Focus is werkgeversmerk.
13	Inschrijffase	Inhoud	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 4.1, punt 11	U schrijft dat opdrachtnemer met de diverse exploitanten onderhandelt over een scherpe prijs/kwaliteitverhouding van aan te kopen diensten. Doelt u hiermee op media-exploitanten en daarmee op de inkoop van media? Of moeten wij het woord 'exploitanten' breder interpreteren? Zo ja, wat verstaat u onder exploitanten?	Die partijen waarbij mediadiensten worden ingekocht.
14	Inschrijffase	Proces	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 2.7 Vragen	U geeft heel expliciet aan dat er alleen verduidelijingsvragen in de 2e vragenronde mogen worden gesteld. Het kan voorkomen dat er naar aanleiding van de 1e nota nieuwe vragen rijzen die in het belang zijn van alle inschrijvers en van u als aanbestedende dienst. Om te zorgen dat alle inschrijvers een goede inschrijving kunnen doen, verzoeken wij u daarom om ook in de 2e vragenronde nieuwe vragen toe te laten. Kunt u hiermee akkoord gaan? Zo nee, waarom niet?	Ja, dit is akkoord, mits de antwoorden op nieuwe vragen in het belang zijn voor inschrijvers en ons als aanbestedende dienst.
15	Inschrijffase	Proces	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 2.4 Planning	U geeft aan dat verduidelijingsvragen uiterlijk op 18 mei moeten worden ingediend. Bent u er zich van bewust dat dit Hemelvaartsdag is? Wij verzoeken u deze datum te verruimen tot ten minste 23 mei zodat inschrijvers voldoende tijd hebben om verduidelijingsvragen te stellen. Kunt u hiermee akkoord gaan, zo nee waarom niet?	We verzenden deze Nvl eerder, waardoor de termijn voor het indienen van (verduidelijings-)vragen voor de 2e Nvl met een paar uur naar voren gehaald kan worden naar uiterlijk woensdag 17 mei 15:00 uur hierdoor houden we nog steeds redelijke en proportionele termijnen aan. Zie ook antwoord vraag 1 en 2.
16	Inschrijffase	Inhoud	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 1.2.8	In deze paragraaf beschrijft u drie KPI's. Verder geeft u aan dat 1 maand na gunning inschrijver in overleg met opdrachtgever de wijze van meten en rapporteren uitwerkt. Onze vraag betreft de eerste twee KPI's. Daarin verwijst u naar 'de eisen welke zijn gesteld' m.b.t. respectievelijk samenwerking (KPI 1) en het opleveren van opdrachten, aanleveren van rapportages en evaluaties (KPI 2). Begrijpen wij goed dat de kwantificering van de desbetreffende eisen aan de orde is wanneer opdrachtnemer 1 maand na gunning de wijze van meten en rapporteren uitwerkt? En begrijpen wij goed dat dit bij inschrijving dus niet wordt beoordeeld? Om goed op uw behoefte aan te sluiten is het van belang en zijn wij benieuwd op welke wijze u nu werkt en welke aspecten het zwaarst wegen. Wilt u dit verduidelijken en zo nee, waarom niet?	Ja dat klopt. Inschrijver dient tijdens de uitvoering aan de KPI's te voldoen. Omdat de uitwerking van rapportages nogal kan verschillen willen we graag dat inschrijver de uitwerking van de rapportages met Opdrachtgever toetst, zodat de uitwerking eventueel nog bijgesteld kan worden.
17	Inschrijffase	Inhoud	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 1.2.7, tweede alinea & paragraaf 2.4, tabel	In paragraaf 1.2.7 vermeldt u een aanvangsdatum van 1 juli 2023 en in paragraaf 2.4 een ingangsdatum van 1 augustus 2023. Wij veronderstellen dat de ingangsdatum 1 augustus 2023 moet zijn. Is dat correct?	Dat klopt de ingangsdatum is 1 augustus 2023. De foutieve datum van 1 juli wordt in de leidraad aangepast.

18	Inschrijffase	Inhoud	Aanbestedingsleidraad - Paragraaf 1.2.1, derde alinea	U beschrijft de doelstellingen voor deze opdracht en wat u verwacht van opdrachtnemer. U schrijft "dat opdrachtnemer desgewenst schakelt met gecontracteerde leveranciers en verschillende contactpersonen van opdrachtgever." Het is ons niet precies duidelijk wat u bedoelt en we zien dat niet direct terug in de gunningscriteria. Kunt u (aan de hand van enkele voorbeelden) specifieker aangeven welke van uw gecontracteerde leveranciers en contactpersonen in het kader van deze aanbesteding relevant kunnen zijn? Op deze wijze is dit door alle inschrijvers eenduidig te interpreteren.	Het VOvA en het ROCvA-F hebben verschillende contactpersonen omdat het twee verschillende organisaties zijn. Naast een vast contactpersoon kan een project een eigen contactpersoon hebben. Met de leveranciers bedoelen wij de partijen waarbij media worden ingekocht.
19	Inschrijffase	Proces	Gunningscriteria	Klopt het dat het aantal pagina's per gunningscriterium incl. bijlagen is? Is de interpretatie juist dat er wel een voorblad en inhoudsopgave mogen worden aangeleverd die niet meetellen met het aantal pagina's? Als deze interpretatie niet juist blijkt te zijn, bestaat er dan een mogelijkheid om daar toch mee akkoord te gaan?	Nee, voorblad en inhoudsopgave mogen niet mee gestuurd worden, aangezien deze niet beoordeeld worden. Door het niet mee sturen, willen we de mogelijkheid tot subjectieve beoordeling of beïnvloeding uitsluiten.
20	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 1.2.2 Punt 3	Kunt u verduidelijken wat u bedoelt met het reageren op vacatures? En begrijpen we correct uit de tekst dat u van inschrijver ook verwacht dat zij informatieve bijeenkomsten organiseert?	Met reageren op vacatures bedoelen wij contact opnemen of solliciteren. Wij bedoelen niet het organiseren van informatieve bijeenkomsten wel het meedenken over een mediastrategie.
21	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 3 Expertise en Kwaliteit	Kunt u aangeven hoe (op welke wijze) momenteel campagnes organisch worden geoptimaliseerd?	We vullen de content op onze websites continue aan, afgestemd op de campagnes.
22	Inschrijffase	Inhoud	Casus 2 Expertise en Kwaliteit	Heeft u een budgetindicatie voor deze campagne?	In het prijzenblad staat een prijsindicatie. Voor de 1e casus (vraag 2), doelgerichte aanpak docent Nederlands is een budget van €15.000,- incl. BTW beschikbaar. Voor de 2e casus (vraag 3) Werving vacature, job marketing hebben we een budget van €2.000,- en €4.000,- incl. BTW beschikbaar.
23	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad Algemeen	Kunt u een indicatie geven om hoeveel campagnes het op jaarbasis gaat en hoe de verdeling tussen groot en klein is?	Voor het ROCvA-F jaarlijks een algemene campagne en twee tot vier doelgroep specifieke campagnes gericht. Afhankelijk van de vraag en de context van de arbeidsmarkt.
24	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 3 Expertise en Kwaliteit	U geeft aan: Op welke wijze inschrijver aan de slag gaat met de vacaturetekst en SEO-optimalisatie. Verwacht u dat inschrijver de bestaande vacaturetekst herschrijft en een SEO pagina aanlevert of wilt u inzicht hoe inschrijver te werk gaat om beide te optimaliseren?	Inzicht in hoe de inschrijver te werk gaat om beide te optimaliseren.
25	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 4.2.1 Open vragen	U geeft aan: Welke doorlooptijden inschrijver hanteert tussen uitzetten opdracht en opstellen advies. Beoelst u hiermee de concrete vraag van hoe de doorontwikkeling eruitziet of wat een gemiddelde doorlooptijd is van aanvraag tot advies?	De gemiddelde doorlooptijd van aanvraag tot advies en de stappen die genomen worden.
26	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 4.2.1 Open vragen	U geeft aan: Hoe inschrijver tot een gedegen advies komt voor doorontwikkeling van het employer brand. Bent u in het antwoord op zoek naar concreet advies op basis van het huidige employer brand of wilt u weten wat ons plan van aanpak is (way of work) om tot verbeteringen te komen.	De werkwijze om te komen tot verbeteringen en een voorbeeld om dit te illustreren.
27	Inschrijffase	Uitvoering	31 Facturatie eisen	U geeft aan dat facturering achteraf per bestelling na levering plaatsvindt. Is het mogelijk om bij grotere opdrachten (lees boven de 5000 euro, inclusief BTW) hier een aanbetaling voor te vragen bij akkoord op de offerte?	Een aanbetaling van 25% is mogelijk bij opdrachten vanaf € 15.000,-
28	Inschrijffase	Inhoud	Samenwerking 21	U geeft aan: Opdrachtnemer zorgt voor één centraal contactpersoon voor ROCvA-F en één centraal contactpersoon voor VOvA. Mag dit een en dezelfde contactpersoon zijn?	Ja dit is akkoord.
29	Inschrijffase	Contract	Leidraad 2.13	In geval van onderaanneming verwacht u facturatie uitsluitend via de hoofdaannemer of kan de onderaannemer ook rechtstreeks factureren aan u?	Facturatie dient altijd via hoofdaannemer te geschieden.
30	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 2.13	Bij inschrijving in combinatie welke stukken dienen dan door de hoofdaannemer te worden opgeleverd en welke door de onderaannemer?	Bij inschrijving in combinatie dient de onderaannemer ook een ondertekend UEA aan te leveren. Hoofdaannemer blijft eindverantwoordelijk en penvoeder.
31	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 1.2.3	Uw verwachting qua budget is per jaar totaal €225.000,- incl. BTW. Hoewel inschrijver zich realiseert hier geen rechten aan te kunnen ontleen, kunt u aangeven welk percentage hiervan aangewend wordt voor media-inkoop.	Zie ook antwoord op vraag 34
32	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 1.2.1	U geeft aan dat het behalen van de verschillende campagnedoelstellingen erg belangrijk voor u is. Inschrijver is van mening dat zowel opdrachtnemer als opdrachtgever hier een verantwoordelijkheid in hebben. Tot waar vindt u het de verantwoordelijkheid van de opdrachtnemer?	Een professioneel strategisch en media advies, gekoppeld aan een realistische inschatting van de arbeidsmarkt, een adequate uitvoering van de afspraken, het tijdig bijstellen van de werkwijze als resultaten achterblijven bij de verwachting, evaluatie van de afspraken is verantwoordelijkheid van de opdrachtnemer.
33	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 1.2.1	U geeft in de leidraad te kennen op zoek te zijn naar een fullservice bureau dat gespecialiseerd is in employer branding, arbeidsmarktcommunicatie en recruitmentmarketing. Wanneer beschouwt u een bureau als een specialist?	Als een bureau bewezen expertise heeft op de verschillende gebieden en dit aan kan tonen met concrete voorbeelden en medewerkers in dienst heeft die aantoonbare competenties hebben op het gebied van employer branding, arbeidsmarktcommunicatie en recruitmentmarketing.
34	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 1.2.3	Wij zouden graag iets meer gevoel krijgen bij de omvang en de samenstelling van het mogelijke, jaarlijkse inkomen voor de opdrachtnemer. Om zo een afweging te kunnen maken m.b.t. de investering die de aanbesteding van ons vraagt versus het mogelijke inkomen. Is het mogelijk om aan te geven welk deel van het beschikbare budget (incl. BTW) naar verwachting waar aan zal worden besteed? Wij denken grofweg aan drie clusters: 1: strategieontwikkeling en conceptontwikkeling employer brand, creatie van campagnemiddelen; 2: mediaplanning, monitoring, optimalisatie, analytics en SEA; 3: media-inkoop.	We verwachten ongeveer de volgende verdeling: 1: strategieontwikkeling en conceptontwikkeling employer brand, creatie van campagnemiddelen - 40% 2: mediaplanning, monitoring, optimalisatie, analytics en SEA - 15% 3: media-inkoop - 45%
35	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad 1.2.1 punt 3	Wat verstaat u onder informatieve bijeenkomsten? Kunt u ons een toelichting hierover geven?	Bijeenkomsten die door de opdrachtgever worden georganiseerd om geïnteresseerden te informeren over de mogelijkheden om docent te worden.
36	Inschrijffase	Inhoud	Prijzenblad	Servicefee: Inschrijver heeft geen additioneel servicekosten. Mogen wij hier 0% invullen?	Ja, dat is akkoord. Als u geen service fee rekent dan dient u "0" in te vullen, zodat de cel wel ingevuld is.
37	Inschrijffase	Inhoud	Prijzenblad	Deel 3 van het prijzenblad: Het is voor jobmarketing campagnes gebruikelijk in de markt om niet met uurtarieven te rekenen. Om een campagne te prijzen geven wij tarieven af per in te zetten kanaal waarin onze "service fee" is opgenomen. Inschrijver hanteert ook geen uurtarieven en kan daarom dit prijzenblad niet invullen. Gaat u ermee akkoord om het prijsblad zodanig aan te passen dat Inschrijver de gevraagde dienstverlening correct kan prijzen?	Akkoord, prijzenblad is aangepast. Aantal uur is verwijderd en in de kolom is 1 ingevuld, zodat bij totaal de tarieven per regel worden overgenomen.
38	Inschrijffase	Inhoud	Prijzenblad	Deel 3 van het prijzenblad: U heeft hier naast het budget van iedere vacature de zin staan 'Deze urenbegroting valt ook onder dit budget'. Inschrijver zet het hele budget in voor de campagne, waardoor wij geen extra uurtarief berekenen voor de dienstverlening eromheen. Gaat u ermee akkoord om deze zin te schrappen van het prijzenblad?	Nee, deze zin schrappen we niet. Het aangegeven budget is het totale budget voor deze campagne, inclusief de dienstverlening eromheen.
39	Inschrijffase	Inhoud	Open vraag 1	U vraagt hier 4 subvragen over de werkwijze en dienstverlening van inschrijvers. Om tot een volledige en zo'n kwalitatief hoog mogelijk antwoord te komen vraagt inschrijver voor één extra A4, dus in totaal 4 A4.	We houden ons aan de drie pagina's omdat we van mening zijn dat de aanpak kernachtig verwoord moet kunnen worden
40	Inschrijffase	Inhoud	Vraag 2 Expertise en kwaliteit	U vraagt hier aan inschrijvers om een omschrijving van hoe wij te werk gaan om een campagne op te stellen, designschetsen en een uitgewerkt mediaplan. Inschrijver is van mening dat 5 A4 wat aan de lage kant is om tot een compleet en kwalitatieve beantwoording te komen. Gaat u akkoord met 3 extra A4, dus in totaal 8 A4?	Akkoord, u krijgt 5 A4 voor de campagne en het mediaplan plus nog 3 A4 voor de designschetsen, totaal 8 A4.
41	Inschrijffase	Inhoud	Vraag 3 Expertise en kwaliteit	U vraagt hier 4 subvragen. Om tot een volledige en zo'n kwalitatief hoog mogelijk antwoord te komen vraagt inschrijver voor één extra A4, dus in totaal 4 A4.	De werkwijze kan kernachtig beschreven worden waardoor er voldoende ruimte is voor het wervingsadvies

				In de branche is het gebruikelijk om te werken met een bodem- en plafondbedrag. Bij de Tender van TNO is gebruik gemaakt van een bandbreedte van € 50,00 t/m € 125,00 excl. B.T.W. voor alle in het prijzenblad genoemde functies. Bent u bereid hierop het prijzenblad aan te passen? Dit om de inschrijvingen marktconform te houden.	
42	Inschrijffase	Inhoud	Prijzenblad		Nee niet akkoord.
43	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad (doelstelling en open vragen)	Ons bureau heeft ervaring met employer branding, arbeidscommunicatie, recruitment, plaatsing van kandidaten en is daarmee een geschikte gegadigde. Ook zijn wij gespecialiseerd in slimme performance strategieën op online-marketinggebied en de hele scope van creatie, design en productie. Echter, deze skills worden op meer type cases toegepast dan alleen employer branding cases heeft of ook brede georiënteerd is?	We missen de concrete vraag, maar ter verduidelijking deze aanbesteding is gericht op employerbranding, arbeidsmarktcommunicatie en werving.
44	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad, doelstelling	In hoeverre is er een ambitie om met het employer brand een voorloper te zijn en een nieuwe lijn in te zetten? Er wordt gevraagd om een herziening, maar wordt hier beoogd de ingezette lijn door te zetten of met een totaal nieuwe invalshoek te komen?	Het doel is om het bestaande employer brand te versterken en door dit aan te vullen met nieuwe invalshoeken.
45	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Hoe ziet het marketing team eruit en wat er de wens inhoudelijk veel betrokken te worden of juist zoveel mogelijk uit handen te geven?	In afstemming met corporate communicatie wordt er vooral samengewerkt met het recruitmentteam van het ROCvA-F en de communicatie en P&O van het VOvA. Afhankelijk van de vraag brengen we meer of minder expertise in, wij hebben veel kennis van de arbeidsmarkt in de organisatie.
46	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad, doelstelling	Zijn er kenmerkverschillen tussen doelgroepen zij-instromers, eerste & tweedegraads docenten? a. Welk van deze doelgroepen is het meest interessant? b. Welk van deze doelgroepen is het meest overstap- of instroombereid?	Ja er zijn verschillen, zij-instromers werken in een ander beroep en hebben daarvoor een opleiding gehad, werken nu nog niet in het onderwijs. Eerste- en tweedegraads docenten hebben al gekozen voor het beroep van leraar en daarvoor een opleiding gevolgd en werken al in het onderwijs. Beide groepen zijn interessant en nodig, dit hangt samen met het type onderwijs.
47	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad, doelstelling	Ziet de fase 'binden' toe op het sluiten van de eerste arbeidsovereenkomst of ook interne campagnes voor behoud?	Ook intern op behoud.
48	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad, doelstelling	Welke evenementen voor recruitment worden georganiseerd of aan deelgenomen?	Online en offline informatiebijeenkomsten, banenmarkten, samenwerking bijeenkomsten met bedrijven.
49	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Welke kanalenmix is de afgelopen 12 maanden ingezet?	O.a. Online display Branded Content DPG netwerk, Social (LinkedIn, FB), Indeed. Inzet is afhankelijk van de campagne.
50	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Wat zijn per kanaal de afgelopen 12 maanden bandbreedtes in budget, CTR, Conversieratio?	Bij gunning kunnen we deze informatie delen.
51	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Zijn er per kanaal (Soft)KPI's waarop wordt gestuurd? Zo ja; welke?	O.a. aantal clicks op de vacature alert.
52	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Op welke harde conversies is gestuurd in de kanaalinzet?	O.a. afgeronde sollicitaties.
53	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Is Indeed als kanaal eerder ingezet? Waarom wel of niet?	Ja Indeed is eerder ingezet als kanaal om vacatures onder de aandacht te brengen.
54	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Is inzet van Indeed PPC campagnes toegestaan in de toekomstige middelenmix?	Ja dat is mogelijk
55	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Is inzet van LinkedIn promoted job slots toegestaan in de toekomstige middelenmix?	Wij hebben zelf ook al job slots, in overleg is promoted mogelijk, maar heeft niet de voorkeur.
56	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Is inzet van LinkedIn meerdere opties van het LinkedIn Branding Menu toegestaan in de toekomstige middelenmix?	Wij sluiten het niet uit, maar het heeft niet onze voorkeur.
57	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Is invloed op de LinkedIn career page mogelijk?	Invloed op de careerpage is in samenwerking en na overleg mogelijk.
58	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Welke afdeling beheert de LinkedIn pagina en heeft het bureau hier straks invloed op? Zo ja; is die invloed strategisch of operationeel?	Recruitment in samenwerking met corporate communicatie en na overleg kunnen daar andere strategische of operationele keuze in gemaakt worden.
59	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad, 1.2.3	Op pagina 8 wordt gerefereerd aan het niet liëren van aantal vacatures aan omzet? Wat wordt hier concreet mee bedoeld? Op welke manier zijn de omzet en aantal vacatures aan elkaar verbonden?	Veel vacatures vragen gemiddeld genomen om meer wervingsinspanningen. Daarmee kunnen omzet en het aantal vacatures aan elkaar verbonden zijn.
60	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad, open vraag 2	Er wordt binnen de cases 'doelgroepgerichte aanpak docent Nederlands' gevraagd een prijsvoorstel te doen voor het mediaplan, geldt dit ook voor creatie? Budget kan kaders in mogelijkheden stellen namelijk en zorgt dat de output beter past bij de wensen.	Ja dit geldt ook voor creatie.
61	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Is het mogelijk om één of enkele dagen toegang te krijgen tot Analytics?	Nee dit is voor gunning niet mogelijk.
62	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Wordt gebruik gemaakt van Google Analytics 4 en is dit volledig ingericht?	We moeten de overstap nog maken naar Google Analytics 4.
63	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Wordt gebruik gemaakt van een Server Side Tagging oplossing?	Nee nog niet.
64	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Hoe worden offline conversies (sollicitatiegesprekken en indiensttreding) doorgemeten?	Via recruitmentstelsysteem en Google analytics.
65	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad	Worden offline conversies meegenomen in Analytics?	Ja deze worden meegenomen.
66	Inschrijffase	Inhoud	Leidraad, 1.2.3	Op pagina 7 wordt benoemd een jaarspend van €225.000 en totaal van €1.350.000 voor 6 jaar. Op pagina 11 wordt benoemd een jaarspend van €175.000 en €1.050.000. Wat verklaart dit verschil en welk bedrag is leidend?	De spend op pagina 7 is juist. De spend op pagina 11 dient te vervallen.
Verduidelijkingsvragen Employer branding, mediastrategie en inkoop voor arbeidsmarktcommunicatie 23 mei 2023					
67	Inschrijffase	Juridisch	vraag over: 1.2.8 Contractvoorwaarden	We zijn geïnteresseerd in uw keuze voor de strenge KPI-opzet en 98% SLA-doelstelling. Kunt u uitleggen waarom u voor deze benadering heeft gekozen, en welke concrete doelen daarmee moeten worden bereikt? Verder zouden we graag uw ervaringen met eerdere partners in soortgelijke contracten willen horen. Hebben zij de gestelde doelen behaald? Tot slot lijkt deze aanpak vrij rigide en we vragen ons af hoe dit de ruimte voor partnerschap en flexibiliteit beïnvloedt, factoren die wij belangrijk vinden in een samenwerking.	Wij bieden graag duidelijkheid over onze verwachtingen en maken resultaatafspraken omdat wij zorgvuldig met onze middelen om willen gaan. De doelen zijn per KPI beschreven. Soortgelijke KPI's past het ROCvA-F bij veel overeenkomsten toe en hebben we goede ervaringen mee. Bij het maken van concrete afspraken over bijvoorbeeld een campagne bieden wij ruimte voor partnerschap en samenwerking.
68	Inschrijffase	Inhoud	Prijzenblad mediabureau arbeidsmarktcommunicatie versie 2	Bij de urenbegrotingen geeft u aan: 1. Doelgerichte aanpak Docent Nederlands (zie case 1, vraag 2). Bedoelt u daar van de open vragen (paragraaf 4.2.1.) casus 2?	We bedoelen hier open vraag 2. Expertise en kwaliteit, casus doelgerichte aanpak Docent Nederlands (aangezien vraag 1 geen casus is, maar een open vraag over werkwijze en dienstverlening, is dit casus 1)
69	Inschrijffase	Inhoud	Prijzenblad mediabureau arbeidsmarktcommunicatie versie 2	Bij de urenbegrotingen geeft u aan: 2. Werving vacature - job marketing (zie case 2, vraag 3). Bedoelt u daar van de open vragen (paragraaf 4.2.1.) casus 3?	Hiermee bedoelen we van de open vragen, vraag 3. Expertise en kwaliteit, casus werving vacature - job marketing (Aangezien vraag 1 geen casus is, maar een open vraag over werkwijze en dienstverlening, is dit casus 2)
70	Inschrijffase	Inhoud	Prijzenblad mediabureau arbeidsmarktcommunicatie versie 2	Bij de urenbegrotingen geeft u aan: 3. Werving vacature - job marketing (zie case 2, vraag 3). Bedoelt u daar van de open vragen (paragraaf 4.2.1.) casus 3?	We bedoelen hier van de open vragen, vraag 3. Expertise en kwaliteit, casus werving vacature - job marketing (Aangezien vraag 1 geen casus is, maar een open vraag over werkwijze en dienstverlening, is dit casus 2)